

Jornalismo de proximidade e elites locais

Sara Coelho Vieira

**Dissertação de
Mestrado em Jornalismo**

Sara Vieira, Dissertação de Mestrado em Jornalismo

Outubro, 2014

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários
à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, realizada sob a orientação
científica de Pedro Coelho

Dedicatória pessoal

À avó do céu e à avó da terra

AGRADECIMENTOS

- Ao meu orientador, Pedro Coelho. Obrigada pela exigência, pelo rigor e pelo empenhamento que pautou este trabalho.
- Aos meus colegas de trabalho do Região de Cister, sobretudo ao nível da recolha de dados para o estudo de caso e revisão do trabalho. Obrigada Luci, obrigada Joaquim Paulo, obrigada Carolina, obrigada João, obrigada Jero.
- Aos meus amigos do coração, que me apoiaram incansavelmente.
- À minha avó Rosa, que me permitiu avançar com este trabalho.
- À minha mana, pela compreensão e a quem “roubei” tanto tempo.
- À minha mãe, que apesar da fase difícil, acreditou em mim.
- Ao meu “amorado”, que de mão dada comigo, não me deixou desistir.

RESUMO

ABSTRACT

Jornalismo de proximidade e elites locais

Journalism proximity and local elites

Sara Vieira

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo, Imprensa Regional, Jornalismo regional, Proximidade, Elites, Região de Cister, O Alcoa, Região da Nazaré, Alcobaça, Nazaré

Elaborada no âmbito do Mestrado em Jornalismo, esta dissertação procura a relação entre o jornalismo de proximidade e as elites locais na imprensa dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré, através de uma reflexão sobre o papel, as potencialidades, as fragilidades e os compromissos do jornalismo regional. Partindo de uma base teórica para uma análise de conteúdo, este trabalho expõe, de um modo geral, a influência das elites, maioritariamente económicas e políticas, nos conteúdos noticiosos produzidos pelas três publicações em estudo.

KEYWORDS: Journalism, Regional Press, Regional Journalism, Proximity, Região de Cister, O Alcoa, Região da Nazaré, Alcobaça, Nazaré

Written in the framework of the Master in Journalism, this dissertation searches the connection between journalism proximity and the local elites in press of the municipalities of Alcobaça and Nazaré, through a reflection of the role, the strengths, the weaknesses and the commitments of regional journalism. From a theoretical basis for a content analysis, this work expose, in general, the influence of elites, mostly economic and political, in news content produced by the three publications under study.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| Introdução | 8 |
| Objeto de estudo e metodologia | 11 |
| Capítulo I: A imprensa na região de Cister | 15 |
| I. 1. A região de Cister | 15 |
| I. 2. Imprensa nos concelhos de Alcobaça e da Nazaré | 17 |
| I. 3. O Alcoa..... | 20 |
| I. 4. Região de Cister | 23 |
| I. 5. Região da Nazaré | 26 |
| Capítulo II: Jornalismo de proximidade e elites locais..... | 29 |
| II. 1. Conceito de jornalismo de proximidade | 29 |
| II. 2. Compromisso comunicacional | 32 |
| II. 3. Papel do jornalismo de proximidade..... | 36 |
| II. 4. Fragilidades da proximidade | 41 |
| II. 6. O peso das elites | 46 |
| Capítulo III: Análise de conteúdo | 52 |
| III. 1. Apresentação e interpretação dos resultados | 52 |
| III. 2. Categorização temática..... | 52 |
| III. 3. Géneros jornalísticos | 61 |
| III. 4. Primeira página..... | 67 |
| III. 5. Receitas publicitárias..... | 70 |
| III. 6. Elites políticas | 75 |
| Conclusão..... | 80 |
| Bibliografia | 86 |
| Anexos | 88 |

ÍNDICE DE TABELAS E GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 - Distribuição dos jornalistas por sexo e idade | 19 |
| Gráfico 2 - Distribuição dos jornalistas inquiridos por sexo e jornal | 19 |
| Tabela 1 - Número total de peças analisadas e distribuição por jornal | 52 |
| Tabela 2 - Número total de peças analisadas por categoria..... | 53 |
| Tabela 3 - Número total de peças da sociedade analisadas por subcategorias | 53 |
| Tabela 4 - Número total de peças da economia analisadas por subcategorias. | 60 |
| Tabela 5 - Número total de peças informativas | 61 |
| Tabela 6 - Número total de peças informativas por jornal | 61 |
| Tabela 7 - Temas de entrevista por tema por jornal | 62 |
| Tabela 8 - Número total de géneros opinativos | 64 |
| Tabela 9 - Número total de géneros opinativos analisados por jornal | 65 |
| Tabela 10 - Número de categorias mais retratadas em 1. ^a página..... | 68 |
| Tabela 11 - Número de categorias mais retratados em 1. ^a página por jornal... | 69 |
| Tabela 12 - Origem da publicidade dos jornais | 70 |
| Tabela 13 - Mancha de publicidade analisada por jornal | 71 |
| Tabela 14 - Número total de receitas publicitárias por género..... | 73 |
| Tabela 15 - Número total de receitas publicitárias por género por jornal..... | 74 |
| Tabela 16 - Número total de peças sobre partidos políticos | 76 |
| Tabela 17 - Número de candidaturas às Câmaras e Juntas em 2013 | 77 |
| Tabela 18 - Número total de peças sobre partidos políticos por jornal..... | 77 |

INTRODUÇÃO

Sou jornalista desde 2011. Desde então tenho exercido a minha atividade profissional na imprensa regional. Primeiro n'O Alcoa, jornal de inspiração cristã de Alcobaça, tendo participado num processo de estruturação do jornal, que até então nunca tinha tido nenhum jornalista e depois no Região de Cister, semanário generalista dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré, em que exerço atualmente a minha profissão.

Esta minha condição profissional, principalmente na estreita ligação a dois dos jornais que integram o objeto de estudo (O Alcoa e o Região de Cister), foi determinante na forma como este trabalho foi desenvolvido. Se, por um lado, este conhecimento e experiência pessoal me permitiu uma análise privilegiada do objeto de estudo, por outro conduziu-me, inevitavelmente, a abordagens do problema que refletem, na investigação, um menor distanciamento. O rigor do meu orientador terá impedido, em grande parte, que alguma falta de imparcialidade fosse espelhada no trabalho, o que iria, obviamente, prejudicar a investigação. Ainda assim, há casos caricaturais, maioritariamente representados pelo Região da Nazaré (o outro jornal que integra o meu objeto de estudo), que vão ilustrando conceitos ou análises de autores, que serão reflexo de um menor distanciamento.

Esta dissertação resulta, assim, de uma experiência que reflete uma preocupação e uma necessidade em compreender as fragilidades dos jornais regionais, padronizados pela falta de qualificação dos seus profissionais, pelas pressões políticas, económicas e religiosas ou por outras, pela falta de investigação dos jornalistas e pela escassez de qualidade dos projetos editoriais.

O trabalho que nos propomos desenvolver procura analisar a influência das elites no jornalismo regional ou de proximidade. Em termos globais, interessa-nos verificar quem são as elites privilegiadas nos jornais regionais, qual a sua influência nas narrativas noticiosas e de que forma usam estes meios de comunicação social para controlar o espaço público. Será que ao conceito de jornalismo de proximidade poderemos acrescentar um conceito de jornalismo de elites?

A análise de conteúdo, cuja extensão compreende 3131 peças nos diversos géneros jornalísticos, é feita com base nos conteúdos produzidos, no espaço de seis meses, por três jornais regionais – O Alcoa, Região de Cister e o Região da Nazaré – dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré, a chamada região de Cister. De uma forma

geral, interessa-nos analisar nos jornais que integram o nosso objeto de estudo os temas e os géneros jornalísticos que são mais destacados, quais os temas privilegiados na primeira página, qual a influência das elites locais e que peso têm as receitas publicitárias na construção noticiosa dos jornais. Serão as elites políticas que têm mais influência na imprensa regional? Ou as económicas? Ou ambas? Ou outras? E de que forma controlam estes *media*? E quais são as consequências dessa ação para a comunidade?

Para responder a todas essas questões, a presente investigação está organizada em três capítulos. Em primeiro lugar, é feita uma breve introdução sobre o objeto de estudo, os jornais que o integram e a metodologia do trabalho que foi realizado, identificando e contextualizando a análise de conteúdo na imprensa de Cister. No primeiro capítulo, fazemos uma breve descrição do território e da imprensa regional, que nos serve de objeto de estudo, com o objetivo de contextualizar a ação e os comportamentos das três publicações que analisamos ao longo do trabalho.

Por sua vez, no segundo capítulo definimos o conceito de proximidade e caracterizamos o pacto de proximidade, que é, no fundo, o compromisso assumido e estabelecido entre a comunidade e os seus meios de comunicação social, em prol do desenvolvimento local. A especificidade dos meios de comunicação social de proximidade resulta desse pacto estabelecido entre emissor, recetor e comunidade. Dessa forma, como poderá o jornalismo de proximidade afirmar-se como um meio de promoção e mobilização local e um elo social de identidade comunitária, contribuindo para a amplificação de um espaço público local mais racional e comprometido com as causas do progresso coletivo?

Apresentamos também algumas das funções da imprensa regional, decisivas para permitir a progressão do espaço público – mas também as marcas que impedem a sua própria progressão, como a *proximidade demasiado próxima*, entre os jornalistas e as elites locais. Será que os meios de comunicação social regionais poderão mais facilmente do que os grandes meios de comunicação social promover o debate e a discussão racionais com vista à progressão? Abordagem que nos conduz à identificação das fragilidades do jornalismo de proximidade, avaliando em concreto o papel e o peso das elites dominantes nos meios de comunicação social regionais.

Por outro lado, pretendemos aferir de que forma as receitas publicitárias influenciam a escolha dos conteúdos nos meios de comunicação social regionais?

Também procuraremos responder a essa questão, analisando a influência nos conteúdos que os jornais publicam sobre as elites do tecido empresarial da região, da Igreja Católica ou das instituições públicas locais que as financiam.

No terceiro capítulo, fazemos o cruzamento entre os jornais que nos servem de objeto de estudo e o enquadramento teórico, que pretenderá demonstrar a relação das elites locais e a região de Cister. Este trabalho empírico leva-nos a questionar a influência das elites que integram o nosso objeto de estudo e a perceber que opinião pública promovem os mesmos meios de comunicação social regionais.

Esta investigação, tendo como referência os jornais de Alcobaça e da Nazaré, pretende lançar, assim, algumas pistas para a independência, autonomia e profissionalização destes meios de comunicação social regionais, que resultarão numa progressão social e económica dos locais onde atuam.

OBJETO DE ESTUDO E METODOLOGIA

Objeto de estudo

Antes de mais, importa justificar a escolha dos títulos regionais – O Alcoa, Região de Cister e Região da Nazaré – para objeto de estudo deste trabalho. O primeiro motivo tem a ver com a experiência profissional pessoal em dois destes jornais – O Alcoa e o Região de Cister. O conhecimento e experiência profissional respeitantes aos três objetos de estudo incentivaram, assim, a escolha destes títulos. Obviamente que a relação entre eles, nomeadamente no seu âmbito geográfico e na comunidade local, validou a opção.

Além disso, importa referir que só o conhecimento e a experiência pessoal que existe do território e dos jornais em questão, pelo exercício da profissão de jornalista n'O Alcoa durante dois anos e no Região de Cister desde 2013 até ao presente, permitiram descrever e explicar grande parte dos processos, comportamentos e atitudes das publicações, com maior detalhe, rigor e complexidade. As informações e factos descritos neste trabalho, relativamente às três publicações em estudo, são ainda sustentados em entrevistas e inquéritos.

Os três jornais regionais estão incluídos territorialmente no distrito de Leiria, que, segundo o Bareme de Imprensa Regional 2010, continua no pódio dos distritos onde se consome mais imprensa regional, ocupando o terceiro lugar, sendo que dois deles estão sediados no concelho de Alcobaça (O Alcoa e o Região de Cister) e o outro no concelho da Nazaré (Região da Nazaré). De salientar que, entre estes dois concelhos, há uma identidade comum, em termos históricos, de interesses, de preocupações e de problemas. Apesar disso, os três jornais têm periodicidades, públicos, características e conteúdos muito distintos; essa diversidade foi decisiva para a seleção desta amostra. Tendo em conta que este trabalho incide sobre o jornalismo de proximidade e as elites locais, era importante que os nossos objetos de estudo fossem enriquecedores nessa matéria, com casos concretos que sustentassem as teorias expostas e por nós defendidas.

Metodologia

O estudo de caso é um trabalho empírico feito com base nas características do fenómeno em estudo e num conjunto de especificidades associadas ao processo de recolha de dados e às estratégias de análise dos resultados, que consiste na investigação de determinado fenómeno em contexto real, através de diferentes formas de recolher dados (Yin, 1989, p. 13). Neste trabalho em particular, o estudo de caso desenvolvido teve como característica o facto de se realizar em diferentes jornais ao mesmo tempo, sendo por isso um estudo de caso múltiplo (*ibidem*, p. 52).

No processo de recolha de dados, o estudo de caso recorre a várias técnicas próprias da investigação qualitativa, nomeadamente a pesquisa documental, a entrevista e a observação. Segundo Yin, a utilização de múltiplas fontes de dados na construção de um estudo de caso permite-nos considerar um conjunto mais diversificado de tópicos de análise e, em simultâneo, permite confirmar o mesmo fenómeno (1994, p. 92). No caso de o investigador ser um observador-participante, alguns autores (*ibidem*, p. 88) e Merriam, 1995, p. 11), alertam para esse perigo, mas também para as mais-valias que esse papel pode proporcionar.

Para darmos corpo à dissertação sob o tema “Jornalismo de proximidade e elites locais” optámos por uma análise bibliográfica sobre imprensa regional, de modo a encontrar o fio condutor de um quadro teórico que nos sirva de referência. Entendemos, por isso, que seria útil um enquadramento teórico através de uma análise do jornalismo de proximidade, focando o seu conceito, as suas funções, as suas fragilidades e o peso das elites locais.

Contudo, em primeiro lugar, iremos descrever alguns aspetos do contexto geográfico onde os três jornais do nosso estudo intervêm, passando a uma caracterização geral sobre o perfil de cada publicação. A nossa análise será sustentada em documentação escrita e no conhecimento empírico do território, resultante da experiência pessoal em duas das redações em estudo e de entrevistas com um dos diretores dos jornais e do presidente da Câmara Municipal da Nazaré.

Sendo o universo da presente análise composto por três jornais, dos quais dois são quinzenários, e apenas um é semanário, em termos cronológicos foram recolhidas as edições no período compreendido entre julho e dezembro de 2013 dos três títulos regionais, perfazendo um total de 26 semanas e uma recolha de 51 exemplares. No caso

do Região de Cister 26 edições, no caso d'O Alcoa 12 edições e no Região da Nazaré 13 edições. A escolha desse período deveu-se ao facto de terem decorrido eleições autárquicas, realizadas em setembro de 2013, possibilitando uma análise mais objetiva e rigorosa ao tratamento que os três jornais deram, em diferentes momentos, às elites com mais expressão a nível local: os políticos. Durante estes seis meses houve conteúdos noticiosos, que suplantaram o *agenda setting* quotidiano, facto que, pelo seu valor jornalístico, mobilizou os três jornais que integram o nosso objeto de estudo, tornando, assim, a análise comparativa mais efetiva.

Uma vez definida a amostra a estudar, a análise de conteúdo decorreu em duas fases complementares: a análise quantitativa, em que contabilizámos e analisámos os assuntos tratados nas primeiras páginas e no corpo do jornal; e a análise interpretativa, em que, além dos resultados percentuais sobre as categorias que mais destaque deram os jornais, procedemos a uma identificação dos protagonistas ou entidades, nas mais diversas áreas, que surgem com maior regularidade em cada publicação.

Assim, procedemos a uma contabilização diferenciada de acordo com as seguintes editorias: Sociedade, Política, Economia, Desporto e Cultura. A categorização teve em conta vários exemplos a partir da leitura comparada dos três jornais, de modo a que as regras aplicadas correspondessem ao mais completo enquadramento das notícias. Nessa comparação, houve o cuidado de não adotar nenhuma “arrumação” temática específica de qualquer jornal, mas sim construir uma grelha comum a todos. Na categoria Sociedade, a mais abrangente, incluem-se as subcategorias: justiça, associações, ambiente, religião, segurança, turismo, proteção civil, saúde e educação. Em justiça incluem-se as notícias respeitantes a ações judiciais, tribunais e leis da justiça. Em associações insere-se tudo o que diga respeito a ações, eventos ou atividades de associações, IPSS e coletividades da região. Em ambiente são colocadas as notícias de sensibilização, manifestações e problemas/denúncias ambientais. Na religião incluem-se as notícias sobre todas as práticas ou manifestações religiosas, eventos e ações dos seus protagonistas. As notícias sobre apreensões e ações da GNR e PSP são consideradas na subcategoria segurança. No turismo incluem-se os conteúdos relacionados com o património edificado, edifícios de interesse público, projetos de recuperação e edificação, achados arqueológicos e obras municipais de impacto local ou regional. Em proteção civil consideram-se as notícias relacionadas com incêndios e acidentes que envolvam as corporações de Bombeiros. Em saúde consideram-se as

notícias sobre hospitais e centros de saúde. Na Educação agrupam-se notícias relacionadas com escolas, alunos, professores e projetos pedagógicos.

No caso da Política, dada a diversidade de ângulos de que é objeto, consideramo-la no seu sentido mais convencional: atividade partidária (tudo o que diga respeito à vida interna dos partidos, as suas ações externas em tempo de eleições ou fora delas); atividade autárquica (atuações dos executivos municipais, reuniões políticas e declarações das maiorias e das oposições referentes à gestão camarária) e assembleias municipais (debates, reuniões e votações). Aqui, e como parte do período compreendido da análise coincidiu com as eleições autárquicas de 2013. Também especificamos quais os partidos ou candidatos que mereceram mais, ou menos, destaque nos três órgãos de comunicação social regionais de Alcobaca e da Nazaré.

Por sua vez, na Economia consideram-se as notícias que retratem empresas e associações empresariais, bem como notícias sobre consumo, evolução do tecido empresarial e projetos de áreas comerciais e industriais. Na Cultura, tivemos em conta as notícias de todas as áreas culturais reconhecidas como teatro, música, dança, artes plásticas e literatura. Por fim, no Desporto incluem-se todas as notícias das diferentes modalidades, facilmente identificadas, não se justificando, por isso, a sua divisão em subcategorias.

Ainda sobre a categorização temática, a questão dos géneros jornalísticos utilizados no tratamento de conteúdos foi também alvo de análise. As primeiras páginas dos jornais também foram analisadas, identificando a importância dada pelo jornal a cada temática e fotografia. Além da manchete, que corresponde à categoria que o jornal deu maior importância, que pode coincidir com informação exclusiva ou acontecimentos mais relevantes pelo impacto ou consequências sociais que implicam, analisámos os destaques, acompanhados ou não de fotografias, que entendemos serem opções de segunda ordem na hierarquia informativa.

A IMPRENSA NA REGIÃO DE CISTER

A região de Cister

O território da imprensa regional dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré, designadamente os quinzenários O Alcoa e o Região da Nazaré e o semanário Região de Cister, que integram o nosso objeto de estudo, é o mesmo território onde se instalou, durante seis séculos, a Ordem religiosa de Cister que, por doação de D. Afonso Henriques, ergueu, na confluência dos rios Alcoa e Baça, o Mosteiro de Santa Maria de Alcobaça. Foi a chamada região de Cister que serviu de polo aglutinador de uma região dispersa e que se estendia da serra ao mar, criando um conceito de comunidade que juntava agricultores e pescadores debaixo da mesma ordem religiosa.

A história de Alcobaça é contada por diversos autores da cidade¹, que nos servem de referência nesta fase do trabalho. A origem de Alcobaça como vila remonta à época dos romanos, como se depreende do nome da antiga povoação “Helcobatie”. Mais tarde, adquiriu a denominação árabe de Al-cobaxa, que resulta da composição do antigo “al” e “cobaxa” (carneiros), característica das paisagens de outeiros em redor da vila. Além do nome da cidade, o artigo “al” é característica a algumas freguesias do concelho, tais como Alfeizerão, Aljubarrota e Alpedriz. A partir do século XII, o Mosteiro organizou um sistema agrícola, altamente produtivo, no território dos coutos de Alcobaça. Os monges, para além da sua atividade religiosa e cultural, desenvolveram uma ação colonizadora notável. Eram 13 as vilas dos coutos de Alcobaça: Alcobaça, Alfeizerão, Aljubarrota, Alvorninha, Cela, Cós, Évora de Alcobaça, Maiorga, Paredes da Vitória, Pederneira, Santa Catarina, São Martinho do Porto e Turquel. A vila de Alcobaça recebeu foral de D. Manuel I, em 1514. Em meados do século XVII, a maioria dos coutos já pertencia aos habitantes das vilas e dos seus concelhos. Durante séculos, os monges governaram o território e desenvolveram técnicas agrícolas que ainda hoje perduram, sendo célebre o sistema hidráulico introduzido dentro do próprio Mosteiro e que permitia a gestão da água por baixo do convento, servindo diversos espaços do monumento. A 13 de outubro de 1833, os monges são expulsos do Mosteiro, na

¹ Maria Zulmira Furtado Marques é a autora da obra “Por terras dos antigos coutos de Alcobaça”, que nos serviu de base para fazer este enquadramento teórico de Alcobaça

sequência da extinção das ordens religiosas por ordem de D. Pedro IV, e, em 1834, parte do Mosteiro é vendido em hasta pública. Das 13 “vilas-concelho”, apenas duas subsistem como sede de concelho: Alcobaça e Pederneira, a atual Nazaré. A 30 de agosto de 1995, Alcobaça foi elevada a cidade.

Por sua vez, o concelho da Nazaré foi ocupado desde tempos remotos por romanos, povos bárbaros e povos medievais e cristãos. O território que, atualmente, ocupa o concelho da Nazaré foi couto dos “monges brancos” de Cister, terra de reis, lugar de milagres e de peregrinações. As freguesias de Famalicão e de Valado dos Frades apresentam vários vestígios desses tempos antigos.

O Sítio da Nazaré foi, desde o século XIV, um local de devoção e de milagre, onde nasceu o mais antigo santuário mariano da Península Ibérica, erigido em honra de Nossa Senhora da Nazaré que, diz a lenda, salvou o fidalgo D. Fuas Roupinho de cair do promontório. A instalação de um elevador mecânico, que faz a ligação entre o Sítio e a Praia, em 1889, consolidou o desenvolvimento da povoação, sendo ainda hoje uma das principais atrações turísticas da vila.

A vila da Pederneira é o centro histórico mais antigo, sendo referenciado como terra de pescadores desde o século XII. Durante os séculos XV e XVI, a Pederneira recebeu um importante estaleiro naval que construiu naus na Época dos Descobrimentos. Recebeu Carta de Foral em 1514, por D. Manuel I. A vila da Nazaré é relativamente recente, pois só no século XVII, em 1643, é que surge referência sobre a pesca na atual Nazaré, outrora ocupada pelo mar. Os pescadores ocupavam a parte mais alta – o Sítio – e só com o recuo das águas começaram a ocupar a zona mais baixa. Em 1780, a Nazaré já tinha adquirido um desenvolvimento considerável, uma vez que nessa data existiam na praia 58 cabanas para a arrecadação dos utensílios de pesca. Contudo, até inícios do século XIX, os pescadores, para fugir às constantes agressões de piratas argelinos e holandeses, viviam na Pederneira e no Sítio. Só em meados desse século é que a Nazaré começa a ser conhecida como praia de banhos. Até 1855, a sede do concelho foi a Pederneira, passando depois para Nazaré, só havendo alteração da toponímia em 1912.

Os concelhos de Alcobaça e Nazaré pertencem ao distrito de Leiria. Um território que se tem pautado pelo desenvolvimento económico e industrial e que congrega 16 concelhos.

Com uma população de 56.037 habitantes, disperso num território de 408,14 quilómetros quadrados e distribuído por 13 freguesias, Alcobaça é um dos mais importantes concelhos do distrito, do ponto de vista económico, histórico e social. Além da atividade agrícola, o concelho destaca-se pela diversidade industrial, com destaque para setores como a cerâmica, a agricultura, o calçado, os moldes ou a cutelaria, que se dedicam, maioritariamente, à exportação. O Mosteiro é, ainda hoje, o grande ex-líbris do concelho, sendo um dos monumentos nacionais mais visitados por turistas.

Por sua vez, o concelho da Nazaré, constituído por três freguesias e com um território de 82,43 quilómetros quadrados, tem, segundo os últimos Censos, uma população residente de 14.813 habitantes. É um dos concelhos geograficamente mais pequenos do distrito, destacando-se pela forte identidade cultural, marcada pela arte piscatória e pelo turismo, as duas principais atividades económicas da população.

Imprensa dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré

A imprensa destes dois concelhos mudou significativamente nos últimos 20 anos. No concelho de Alcobaça há três jornais em atividade regular. O semanário Região de Cister e o quinzenário O Alcoa estão sediados na cidade de Alcobaça e o mensário Pataias à Letra no norte do concelho, onde, até 2007, se publicava o também Jornal de Pataias, entretanto extinto. Com publicação suspensa encontra-se o mensário Voz de Alcobaça, fundado a 1 de novembro de 1930, que saiu para as bancas apenas uma vez nos últimos três anos e vive um período de indefinição. De sublinhar que o Voz de Alcobaça nasceu como um jornal republicano de forte combate político-ideológico, que utilizava uma linguagem radical em relação ao regime, à Igreja ou a personalidades da região. Note-se que se autoproclamava “pequeno semanário, grande jornal político, regional e literário”. Na década de 1990, o concelho chegou a ter dois semanários em simultâneo. Além do Região de Cister, publicou-se entre 1997 e 1999 o jornal Semana Alcobacense, que tinha a particularidade de ser também a Semana Nazarena, ou seja, de um lado o jornal era dedicado ao concelho de Alcobaça e do outro lado ao concelho da Nazaré. Foi um projeto semiprofissional, mas que não conseguiu resistir às dificuldades financeiras causadas pela falta de apoios do Estado ao nível do porte pago e pela forte concorrência com o Região de Cister e O Alcoa. No início da década, o concelho já tinha perdido o mensário Pórtico, sediado na Benedita, que estava ligado à Igreja. O concelho dispõe ainda de duas rádios locais: a Rádio Cister FM, com

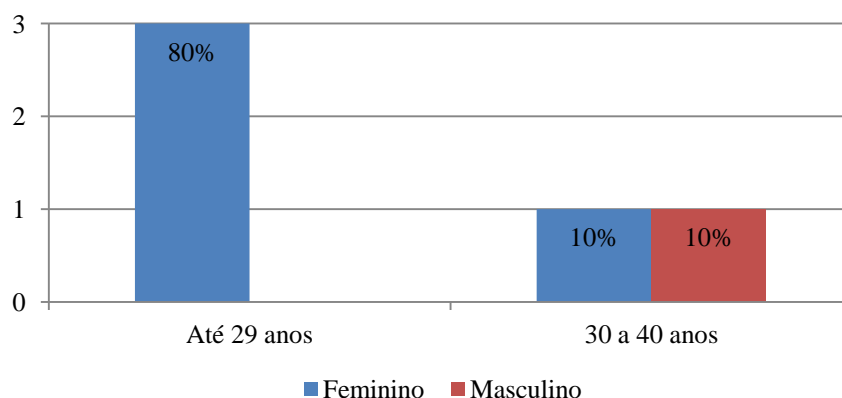
a redação em Alcobaça, e a Rádio Benedita FM, que tem a sua área de influência nas freguesias da Benedita e de Turquel.

Na Nazaré, o quinzenário Região da Nazaré é o único título de imprensa a ser publicado, depois do fim do também quinzenário Gazeta da Nazaré, jornal que foi fundado por António José Balau e que foi vendido em 1997 à Sojormedia, que já detinha, entre outros, o Região de Leiria. O jornal manteria a periodicidade até ser adquirido, em 2001, por um grupo de empresários ligados ao PS. A Gazeta da Nazaré manteve a publicação como quinzenário até 2006, já depois de ter mudado de proprietários, no caso com ligações ao executivo PSD na Câmara. Já extinto foi o mensário Notícias da Nazaré, que foi considerado, nos primeiros anos da década de 1990, um dos principais adversários políticos do socialista Luís Monterroso, antigo presidente da Câmara. Até 1998 também se publicou o mensário Voz da Nazaré, título editado por um professor primário, António Quadrado, que era considerado um jornal próximo dos pescadores. A rubrica “O mar é um cão”, que recordava naufrágios e acidentes no mar, era uma das imagens de marca desta publicação. Hoje em dia, o concelho dispõe, ainda, da Rádio Nazaré FM, emissora que é propriedade da associação que organiza a Meia-Maratona Internacional da Nazaré.

Prosseguimos agora com um breve historial dos três jornais que nos servem de objeto de estudo, referindo os principais elementos que os caracterizam, optando pela ordem cronológica da respetiva data de fundação.

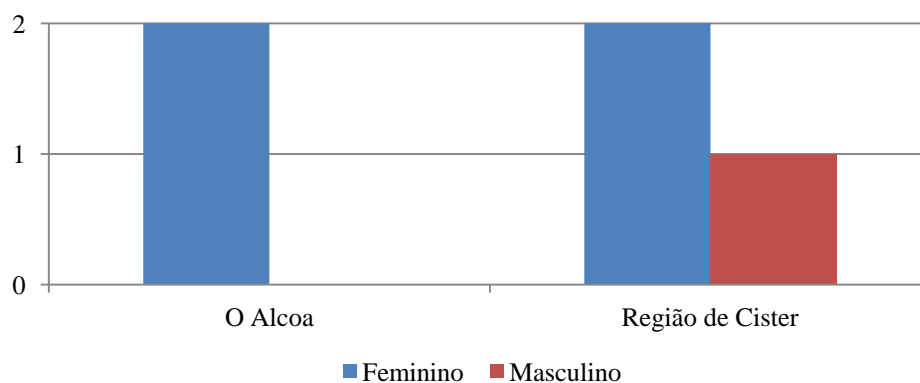
Começamos pela caracterização dos jornalistas, uma vez que são eles os responsáveis pela produção de conteúdos, e simultaneamente, os contadores de histórias deste território de proximidade. Uma vez que o único semanário do concelho da Nazaré não possui jornalistas nos seus quadros, contando apenas com colaboradores, vamos incidir esta caracterização apenas no concelho de Alcobaça.

Gráfico 1. Distribuição dos jornalistas por sexo e idade



Dos cinco jornalistas do Região de Cister (três) e d'O Alcoa (dois), a maioria são do sexo feminino, com uma percentagem de 80% (cinco contra um). Em relação à idade, metade tem entre 30 e 40 anos e a outra metade varia entre os 20 e os 30 anos. Relativamente às habilitações literárias, comprova-se que todos os jornalistas possuem o grau de licenciatura, sendo que a mais frequente é em Comunicação Social e em Ciências da Comunicação. Estes dados ilustram a aposta qualitativa por parte dos órgãos de comunicação social em jovens quadros com formação específica na vasta área das ciências da comunicação, afastando, assim, a imagem de uma imprensa regional amadora ou sem formação académica dos seus quadros.

Gráfico 2. Distribuição dos jornalistas inquiridos por sexo e jornal



Em relação ao tempo de serviço, verifica-se que os dois jornalistas do Região de Cister trabalham há mais de dez anos no semanário, enquanto a outra jornalista e as duas jornalistas d'O Alcoa estão ligados aos jornais há menos de cinco anos. Todos os

jornalistas possuem carteira profissional, à exceção de uma jornalista d'O Alcoa. De realçar, que dois dos quatro jornalistas têm carteira profissional há mais de 10 anos, enquanto os outros dois a possuem há menos de cinco anos.

No que diz respeito ao vínculo laboral, os profissionais das redações da imprensa de Alcobaça estão, na sua maioria, efetivos, sendo que dois deles se encontram em regime de *freelancer*. Em relação à remuneração ilíquida mensal dos jornalistas, o conhecimento que temos permite-nos afirmar que a maioria dos jornalistas (três) recebe um salário entre os 500 e 750 euros e os restantes (dois) auferem um rendimento entre os 750 e os 950 euros.

Esta caracterização da classe jornalística dos jornais de Alcobaça em estudo permite-nos concluir que a maioria dos jornalistas são mulheres, com formação superior na área da comunicação social, habilitados com carteira profissional e alguma estabilidade laboral. Por outro lado, as redações são compostas com uma média de três jornalistas, obrigando a um trabalho intensivo e que, conseqüentemente, poderá resultar em menor qualidade do trabalho editorial.

O Alcoa

No número 1 do Ano I, o diretor João de Sousa e Brito escreveu: “Rompeamos a marcha, animados dessa esperança compreensiva que alenta os bem intencionais, proporcionando à nossa região um órgão informativo de segura utilidade, para o seu progressivo desenvolvimento”. Nascia assim, a 27 de dezembro de 1945, o primeiro número do jornal O Alcoa, propriedade da Paróquia de Alcobaça.

O padre Manuel Vitorino, pároco de Alcobaça na época, foi o responsável pela fundação do periódico, que arrancou com quatro páginas e que se assumiu como o semanário de Alcobaça, com edições de 300 exemplares. A 26 de fevereiro de 1972 passou a quinzenário, sob a direção de Mário Campos Vazão, que desempenhou funções até março de 2011. Os seus antecessores foram João Maria de Sousa e Brito, que esteve 16 anos à frente do jornal; Padre Luís da Costa, um ano e meio; Tarcísio Trindade, durante seis anos, acumulando o cargo com o de presidente da Câmara de Alcobaça, e, por sua vez, Adélio Maranhão, dez meses.

O Alcoa funcionava no edifício paroquial, na Fonte Nova, e era impresso na tipografia O Almonda, em Torres Novas. Não tinha jornalistas, os textos eram escritos

apenas por “correspondentes” das freguesias, que, voluntariamente e de uma forma amadora, davam a conhecer aos leitores as notícias da sua terra. As primeiras páginas eram muitas vezes feitas com comunicações de Salazar ao país e com visitas a Alcobaça de altos dirigentes da União Nacional (entre novembro de 1947 e dezembro de 1949). O jornal esteve sempre muito próximo do regime, adotando uma atitude conservadora.

Fotografias a ilustrar artigos só aparecem a partir do jornal número 9, a 21 de fevereiro de 1946. As poucas imagens que são publicadas têm a ver com acontecimentos políticos nacionais. Este facto poderá dever-se à falta de meios do jornal para obter fotografias de temas locais. Nos últimos meses do ano de 1949, o jornal deu um salto qualitativo com diversos números dedicados a notícias das freguesias. Nessa época, ainda que todos os números fossem visados pela censura, o jornal crescia a bom ritmo e chegaram a contar-se mais de oito mil assinantes.

Mário Vazão esteve à frente do jornal durante 39 anos e foi o responsável pela estabilidade d’O Alcoa. O professor manteve uma atitude de equilíbrio editorial, evitando situações polémicas ou de conflito, posicionamento que se mantém até aos dias de hoje do quinzenário. Apaixonado pela imprensa regional, foi o responsável pela encadernação de todas as edições do jornal e, além disso, adotou a mesma atitude para outros títulos da imprensa da região, alguns dos quais já extintos. Muitos estudantes universitários recorrem aos arquivos d’O Alcoa para trabalhos de investigação histórica, cumprindo-se, desta forma, um serviço público de grande importância para a comunidade científica e para a população em geral.

Sob a coordenação do padre Carlos Jorge Vicente, também pároco de Alcobaça, e a direção de Ana Caldeira, que assumiu o cargo em março de 2011, a publicação tem procurado uma linha mais generalista de conteúdos e de grafismo, nomeadamente através da contratação de duas jornalistas e uma *designer*. O jornal conta ainda com uma diretora-adjunta, uma administrativa e duas comerciais. Recentemente, o padre Carlos Jorge Vicente foi substituído pelo padre Ricardo Cristóvão.

Das dezenas de correspondentes das freguesias que se contam ao longo dos anos da vida do jornal, apenas quatro se mantêm em funções. De referir que os conteúdos desportivos são redigidos por um correspondente externo ao jornal, que conta ainda na sua estrutura com outros colaboradores voluntários, em termos noticiosos. A falta de profissionais seniores tem-se revelado uma fragilidade do jornal que, apesar de procurar um novo posicionamento no mercado de Alcobaça, revela falta de tratamento da

informação, pondo em evidências a falta de conhecimento e experiência dos seus quadros. Na cidade e no seu concelho é ainda visto como o “jornal dos mortos”, pela publicação extensiva de anúncios de necrologia.

O quinzenário do concelho de Alcobaça assumiu um novo grafismo na edição de 29 de dezembro de 2011, na data em que comemorou 66 anos de vida. A partir dessa edição, o jornal de inspiração cristã passou a estar dividido pelas suas 24 páginas da seguinte forma: “Nascente”, que reflete a sua linha editorial e espelha as notícias da Igreja e das paróquias do concelho de Alcobaça; “Corrente” que noticia a atualidade da região; “Contracorrente” dando espaço aos artigos de opinião, perguntas aos leitores e cartas ao diretor; “Afluente” que traz cultura, lazer, desporto e saúde; “Canal” que dá informação útil ao leitor e a última página, denominada “Foz”, com uma rubrica fixa (“Onde está Você”) que pretende dar a conhecer ao seu público o percurso de pessoas com raízes alcobacenses espalhadas pelo mundo. O recurso às novas tecnologias de informação foi outro passo tomado por esta direção, que, em abril de 2012, disponibilizou, pela primeira vez, uma página da Internet do quinzenário em www.oalcoa.com, ainda que sem acesso *online* à edição em pdf.

Sob o slogan “O Jornal de Todos Nós”, O Alcoa, que já deu à estampa mais de dois milhares de edições, sai para as bancas quinzenalmente à quinta-feira, contando com uma tiragem média de 4700 exemplares por edição e 4400 assinantes, assumindo-se como o jornal regional de Alcobaça com mais assinantes.

Propriedade da Paróquia de Alcobaça, O Alcoa afirma no seu estatuto editorial que o jornal “entende a sua orientação cristã como um desafio acrescido de independência e pluralidade no tratamento da informação e de abertura ao debate de ideias”, assumindo-se, em simultâneo, como “um jornal de informação geral, aberto aos diferentes temas e pontos de vista”. Contudo, em situações tão polémicas para a Igreja como o aborto ou o casamento entre homossexuais, o quinzenário assume claramente a sua parcialidade.

Região de Cister

O Região de Cister é o único semanário dos concelhos de Alcobaça e Nazaré, tendo sido publicado pela primeira vez a 7 de abril de 1993, pela mão da SICA (Sociedade de Informação e Comunicação Alcobacense, Lda) de que eram sócios

Joaquim Marques, Fernando José Luís, José Pedrosa, Rui Paulino e a empresa Henriques e Henriques, Lda, representada por António José Henriques. Joaquim Marques foi nomeado diretor.

A 9 de agosto de 1993, a SICA cede o título à recém-criada Coopicister (Cooperativa Cultural da Região de Cister), constituída por um conjunto de empresários da região que assumem vontade de manter a publicação do jornal. Inicialmente, o jornal era considerado como próximo da maioria do PS na Câmara Municipal de Alcobaça, uma vez que, alguns dos proprietários pertenciam ao partido que estava no poder, alguns dos quais, inclusive, com funções executivas. Esta foi uma imagem que, ao longo de alguns anos, se começou a desvanecer com o profissionalismo da redação e com a venda do título à Jorlis, a 22 de dezembro de 1997, que já detinha os semanários “Jornal de Leiria”, “Correio de Pombal” e “Tribuna do Oeste”. A 2 de janeiro de 1998 a Jorlis assumiu a administração do semanário e no dia 21 desse mesmo mês, Joaquim Marques decide renunciar ao cargo de diretor.

Com uma equipa redatorial semiprofissional, e dois jornalistas nos quadros, o jornal começa a implantar-se no mercado, mas os primeiros anos do semanário são marcados por dificuldades económicas, agravadas com a falta de apoios institucionais por parte do Estado. Só a partir de 1 de janeiro de 1995, o Região de Cister passou a ter “Porte Pago”². A passagem do título para a Jorlis representa um reforço imediato da redação, com a contratação de um grupo de três jovens jornalistas que procuram dar um novo impulso à publicação. O jornal conhece avanços e recuos até ao verão de 2002, momento em que a empresa proprietária resolve suspender a publicação do jornal durante o mês de agosto devido, sobretudo, a questões financeiras.

O Região de Cister renasce sob a direção de Francisco M. Figueiredo e com uma equipa de jovens jornalistas que irão assegurar uma verdadeira transformação no semanário. O jornal ganha credibilidade e assume-se como uma publicação incontornável na região. José Ribeiro Vieira acumula a administração com a direção editorial do jornal, em novembro de 2006. O semanário introduz novos métodos de produção e coloca os jornalistas a escrever diretamente na página, prática que se mantém até aos dias de hoje, suprimindo, assim, o posto de trabalho de um paginador.

² Pagamento, total ou parcial, pelo Estado aos operadores postais, em regime de avença, dos custos de expedição de publicações periódicas suportados pelos assinantes residentes no território nacional ou no estrangeiro

O semanário dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré entra, então, numa fase marcada pela inovação tecnológica e pela entrada na Internet, aumenta o número de páginas e começa a produzir novos conteúdos. A transformação definitiva dá-se com o lançamento do novo grafismo, em dezembro de 2008, que faz uma quebra com a imagem anterior do jornal.

Mandatário em diversos atos eleitorais, nomeadamente de Cavaco Silva às presidenciais de 2007, de Isabel Damasceno à Câmara de Leiria pelo PSD em 2009 e de José Sócrates às legislativas de 2005, José Ribeiro Vieira suspendeu, temporariamente, as funções na direção no Jornal de Leiria nesses períodos eleitorais, mas nunca o fez no Região de Cister, o que criou alguma celeuma na comunidade política de Alcobaça e Nazaré. Ainda assim, foi sob esta administração e direção, que o Região de Cister se consolidou como uma publicação de referência na região.

Por razões financeiras, mas sobretudo de saúde do administrador e diretor do semanário, em finais de 2011, a Jorlis resolve desfazer-se do título. José Ribeiro Vieira dirige o jornal durante os últimos meses de vida, período durante o qual consuma a venda do título à Prosa Perfeita, empresa criada pelo empresário Pedro Calado, com participação no capital social de duas associações locais: a Associação de Agricultores da Região de Alcobaça e a Associação de Produtores Florestais de Alcobaça. Pedro Calado, antigo presidente da Associação dos Agricultores da Região de Alcobaça e que chegou a ser líder da concelhia do CDS/PP no concelho de Porto de Mós, passa a diretor, tendo procurado que o jornal fosse mais direcionado para assuntos como a agricultura e as florestas. Em termos políticos, o empresário chegou a tomar posições públicas que também criaram polémica, nomeadamente a publicação de um editorial, com a sua assinatura, em tom acusatório, contra Álvaro Cunhal (PCP). A situação foi altamente excecional, uma vez que os editoriais do semanário nunca são assinados e, nessa época, até eram redigidos pelo editor do jornal, tendo merecido violentas críticas das estruturas políticas locais do PCP, mas também de leitores, que se fizeram sentir através de cartas ao diretor, publicadas na edição seguinte, manifestando a sua indignação para com a posição tomada.

Entre 2011 e 2013, a nova administração do Região de Cister, da responsabilidade da empresa Prosa Perfeita, tomou algumas medidas que prejudicaram a imagem do jornal, ao reduzir o número de páginas de 24 para 16 e aumentando o preço de assinatura anual de 25 para 40 euros e o preço da venda em banca de 0,80 para

1 euro. Também os seus recursos humanos sofreram alterações, com a saída de uma jornalista dos quadros, de uma administrativa e uma técnica comercial, ficando a redação reduzida a uma comercial/administrativa em regime de estágio e apenas dois jornalistas nos quadros da empresa, sendo que um dos profissionais esteve ausente da redação cerca de um ano, por razões de saúde.

Estes constrangimentos colocaram, uma vez mais, o jornal em risco de fechar. Até que em março de 2014, o jornal é vendido à Banda de Alcobaça, instituição dedicada ao ensino da música e da dança, que dá novo impulso ao título. A nova administração pretende vincar uma quebra com o passado recente e, pela primeira vez em oito anos, nomeia um jornalista para o cargo de diretor e não um dos proprietários do jornal para assumir aquelas funções. Além da nomeação de Joaquim Paulo como diretor do semanário, a administração baixa de imediato o preço das assinaturas para 32 euros e aumenta o número de páginas das edições para 20. Desde então que a administração e direção do jornal têm procurado apostar em novos públicos e novas fontes de receita, nomeadamente com a criação de um novo site (www.regiaodecister.pt) e com o lançamento de novos projetos editoriais, como é o caso do Made in Cister, constituído pela edição de uma revista, a produção de um documentário em vídeo e a realização de uma conferência pública, em contexto real, sobre um setor tradicional dos concelhos de Alcobaça e Nazaré. Esta intensa atividade editorial e comercial, a que se acresce a opção estratégica de publicar, como suplemento, jornais escolares e edições especiais sobre freguesias ou eventos, faz com que o jornal passe a ser publicado com edições de 28 e 32 páginas com muita frequência.

Joaquim Paulo, diretor do semanário, com uma tiragem de 2.500 exemplares, afirma que existem dois tipos de leitores do Região de Cister: “os assinantes, com mais de 40 anos, muitos em idade de reforma e que gostam do conforto de receber o jornal em casa e até se consideram ‘sócios’ e não meramente assinantes do jornal”, facto que demonstra a afetividade e o reconhecimento dos assinantes ao semanário, e os leitores de banca, que “são pessoas ativas, entre os 25 e os 45 anos, e que procuram o jornal para estarem devidamente informadas sobre o que acontece na região”.

Região da Nazaré

Fundado em setembro de 2003, o quinzenário Região da Nazaré surgiu na sequência da cisão do corpo redatorial da Gazeta da Nazaré, jornal que se publicava com a periodicidade de quinzenário desde que foi adquirido, em agosto de 2001, pela empresa GuilhimPress à Sojormedia, grupo que detinha, entre outros títulos, o Região de Leiria.

O arrastar da situação financeira da GuilhimPress, com salários e fornecedores em atraso, e a falta de soluções da administração da empresa levou os jornalistas e colaboradores a encontrarem novos investidores para o jornal. O empresário António Salvador, que detinha a loja onde funcionava a redação do jornal, assumiu o compromisso de viabilizar a Gazeta da Nazaré, mas os sócios da GuilhimPress não compareceram à escritura de venda do título, o que originou a saída do diretor Manuel António Sequeira e da restante equipa editorial, que fundam, com António Salvador na administração, o Região da Nazaré.

O novo quinzenário surge nas bancas com um grafismo arrojado e uma abordagem noticiosa que questiona o poder autárquico local. Dois anos depois, António Salvador é candidato à Câmara, em 2.º lugar na lista, pelo Grupo de Cidadãos Independentes. A Gazeta da Nazaré mantém a sua publicação, com Artur Ledesma na direção, sendo adquirido por empresários ligados ao PSD, partido no poder. Este jornal, porém, fecha as portas em 2006, pouco depois das eleições autárquicas.

O Região da Nazaré apresenta algumas novidades no arranque, nomeadamente o facto de não se cingir à cobertura noticiosa do concelho da Nazaré. A administração do jornal define como política editorial acompanhar as freguesias do concelho de Alcobaça que tinham continuidade geográfica territorial com o concelho da Nazaré: Pataias, Alcobaça, São Martinho do Porto, Bárrio, Cela, Cós, Montes, Alpedriz, Alfeizerão, Maiorga. E assume essa ligação territorial na capa do jornal. Porém, seis meses depois, e devido à recetividade do mercado, o Região da Nazaré passa a chegar também às restantes freguesias do concelho vizinho: Turquel, Benedita, Vimeiro e Martingança.

Manuel António Sequeira é o diretor do jornal no primeiro ano e meio, deixando o cargo na sequência do que considerou “ingerências” ao seu trabalho por parte do administrador António Salvador. O jornalista António Paulo será nomeado diretor em abril de 2005. Nas eleições autárquicas de 2005, Manuel António Sequeira é candidato

do BE à Assembleia Municipal e encontra no Grupo de Cidadãos Independentes, no qual consta António Salvador como candidato à Câmara, o principal adversário. Ambos são eleitos.

O jornal sofre algumas alterações e aposta uma atitude crítica para com os atores políticos locais, sendo, algumas vezes, o próprio vereador António Salvador a ser sancionado. Pouco depois António Paulo demite-se da direção do Região da Nazaré, justificando não ter condições para desempenhar o cargo. António Salvador, que era vereador na Câmara, passa a ser diretor do jornal em outubro de 2006, desempenhando ambos os cargos. A administração decide-se por um processo disciplinar a António Paulo, que chega aos tribunais e não conhece desfecho devido à morte do jornalista.

Com a mudança no executivo, o Região da Nazaré passa a ter uma nova abordagem noticiosa dos assuntos relacionados com a Câmara, valorizando o trabalho desenvolvido pela nova maioria no executivo e ficando a oposição com menos espaço para formular críticas e fazer o contraponto da atividade autárquica. Em 2009, António Salvador integra a lista do PSD à Câmara e o Região da Nazaré continua a ser vinculado à maioria, até que, em 2011, o presidente da Câmara nomeia todos os vereadores da oposição para cargos executivos. Essa opção política leva a novo afastamento de Jorge Barroso e António Salvador, o qual virá a ser o candidato do MPT à Câmara em 2013. O jornal volta a funcionar, nesses dois anos, como moeda de arremesso política, com grande protagonismo para a oposição.

Hoje em dia, o Região da Nazaré integra o grupo MediaOeste, no qual se integra o Jornal das Caldas, cujos colaboradores assumem a maior parte dos conteúdos noticiosos do Região da Nazaré, que continua a ser dirigido por Clara Bernardino e que não tem qualquer jornalista nos quadros. Da equipa inicial apenas se mantém o colaborador do Desporto. O jornal tem ainda um correspondente em Alcobaça. A falta de uma estrutura profissional tem sido apontada como uma das principais fragilidades do jornal, aliada a uma falta de isenção e distanciamento para com a cena política local, variando a linha editorial em função do posicionamento do seu proprietário.

Desde o início do projeto, o jornal fez uma aposta na Internet. A página www.regiaodanazare.com tem vindo a sofrer alterações desde o arranque do jornal, nomeadamente a partir de outubro de 2008, quando o grupo MediaOeste lançou vários títulos regionais exclusivamente *online* (Jornal de Alcobaça, entre outros), apenas com presença digital e com recurso a conteúdos da Lusa. O Região da Nazaré é o único

jornal com sede no concelho da Nazaré e tem uma tiragem média por edição de 2.000 exemplares. A maior parte dos leitores são, contudo, assinantes de “oferta”, que recebem o jornal gratuitamente, por opção da administração, como forma de aumentar a notoriedade do título. Facto que denuncia a existência de uma tiragem fictícia, que, à partida é utilizada para atrair receita publicitária. Contudo, como veremos mais à frente, o Região da Nazaré não apresenta valores representativos de publicidade, o que ainda levanta mais dúvidas sobre o assunto. O porte pago poderia explicar a razão, mas o quinzenário também não usufrui desse apoio do Estado.

JORNALISMO DE PROXIMIDADE E ELITES LOCAIS

Conceito de jornalismo de proximidade

Os jornais regionais dirigem-se a um público perfeitamente identificado, por norma tendo em conta uma determinada área geográfica, e sempre ligados por um contexto de comunidade e identidade. A existência de valores históricos, sociais, culturais e económicos, em suma, de interesses comuns, tende a aproximar as populações, criando uma lógica de proximidade e partilha entre pessoas, instituições e empresas que a imprensa local e regional procura representar e amplificar, trabalhando, portanto, uma informação de proximidade.

Vejamos o conceito de jornalismo de proximidade apresentado por Moragas acerca dos órgãos de comunicação social de proximidade:

“São todos os que se dirigem a uma comunidade humana de tamanho médio ou pequeno, delimitada territorialmente, com conteúdos relativos à sua experiência quotidiana, às suas preocupações e aos seus problemas, ao seu património linguístico, artístico e cultural e à sua memória histórica.” (apud Coelho, 2004, p. 154).

Esta definição parece-nos ser o conceito de jornalismo de proximidade mais completo, uma vez que não valoriza apenas a localização geográfica dos órgãos de comunicação, trazendo à luz o aspeto que, verdadeiramente, espelha a imprensa regional: a comunidade. “São as comunidades que mantêm contacto entre si por via da partilha de interesses comuns, privilegiando formas de solidariedade informal aos modelos de organização convencional” (Mercadé, 1997, p. 49). Diz-nos ainda Manuel Fernández Areal que “o jornal nasce sempre ligado a uma comunidade. O jornal deve servir, pois, os interesses nobres desta comunidade a que deve a sua existência. O jornal local ou regional é, concluíamos, o mais claro exemplo de serviço a uma comunidade reduzida – por contraste com a nacional” (apud Camponez, 2002, p. 31).

É também esse o entendimento do Estado quando reconhece à imprensa regional, no excerto do preâmbulo do Estatuto da Imprensa Regional (Decreto-Lei n.º 106/88, de 31 de Março), um “papel altamente relevante, não só no âmbito territorial a que naturalmente mais diz respeito, mas também na informação e contributo para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades

de emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do Mundo”. Tal como Carlos Camponez confirma:

“O território revela-se (...) insuficiente para, por si só, (...) explicar a imprensa regional e local. (...) A proximidade já não se mede em metros. Devemos estar preparados para conceber a produção de conteúdos que, embora longe de nossas casas, nos são próximos, bem como para assistir à produção nas regiões de conteúdos tão homogeneizados e massificados quanto os das grandes corporações de média.” (Camponez, 2002, p. 128).

O autor apoia-se na ideia de Teun Van Dick (1996, pp. 173-181), de que a proximidade não se limitaria a uma dimensão geográfica ou territorial, mas compreenderia a existência de outros tipos de demarcação, nomeadamente a social e psicoafetiva. De acordo com Camponez, “a proximidade pode ser geradora do que denominamos por comunidades de lugar. O conceito reporta-se a uma proximidade situada localmente, num espaço e num tempo territorialmente identificados”. Daí que, “esta proximidade da comunidade de lugar, criada na partilha de valores e de um território é também geradora de formas comunicacionais características de que a imprensa regional é um exemplo” (2002, p. 45).

Luísa Teresa Ribeiro acrescenta a afinidade cultural e a comunhão de interesses como dois critérios determinantes para a delimitação e formação de conteúdos na imprensa local e regional (2006, p. 93). A nosso ver, esta associação faz todo o sentido, uma vez que o “território” determina e delimita o “campo de ação”, mas, neste tipo de jornalismo, deixou de ser meramente espacial; pode ser “de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação, familiaridades no campo das identidades histórico-culturais (língua, tradições, religião), proximidade de interesses” (Peruzzo, 2005, p.10).

Por seu turno, Mercadé apontou, na sua tese de doutoramento, “a redação (o lugar de produção e de apreensão dos acontecimentos), o âmbito de difusão e cobertura, a vocação e intencionalidade da publicação, o tratamento dado aos conteúdos, a perceção do jornal sobre o leitor, e a relação com as fontes de informação institucionais, elementos fundamentais para o conceito de jornalismo de proximidade” (*apud* Camponez, 2002, p. 158).

Do nosso ponto de vista, quando se trata de meios de comunicação social regionais, falamos essencialmente de laços de proximidade, entre as gentes, as tradições e a cultura do meio, criados pela familiaridade e pela singularidade de uma determinada

região. A estes meios de comunicação social compete, assim, desenvolver um espaço familiar à comunidade, que pode estar em qualquer local do mundo, mas que os acontecimentos noticiados lhes dizem diretamente respeito, e, por isso, constrói-se uma relação de identificação entre a comunidade e os acontecimentos, como afirma Peruzzo:

“Importa entender que o local se caracteriza como espaço vivido em que há elos de proximidade e familiaridade, os quais ocorrem por relacionamentos (económicos, políticos, vizinhança, etc.) e laços de identidade os mais diversos, desde uma história em comum, até a partilha dos costumes, condições de existência e conteúdos simbólicos, e não simplesmente em decorrência de demarcações geográficas.” (Peruzzo, 2003, p. 69).

Falamos, então, de uma identidade, que Morley e Robbins (1995, p. 72) entendem ser “matéria-prima construída pela história, pela memória coletiva, pela tradição, pela geografia e pela religião”, ligada a uma região. P. Bourdieu (1994, pp. 107-132) defende, aliás, que “a fronteira nunca é mais do que o produto de uma divisão a que se atribuirá mais ou menos fundamento na realidade social”. Até porque, o importante é que o leitor se reveja nessa identidade regional, esteja perto ou longe das suas raízes, onde os jornais têm a sua sede.

O Alcoa, um dos jornais que integra o nosso objeto de estudo, serve de exemplo para entender a questão do discurso da imprensa regional e local entre a localização territorial do jornal e a comunidade que procura servir. Apesar de assumir como área geográfica de influência o concelho de Alcobaça, o quinzenário acaba por “desrespeitar” a divisão administrativa autárquica entre os concelhos de Alcobaça e da Nazaré, apresentando conteúdos das freguesias de Valado dos Frades e de Famalicão, que integram o concelho da Nazaré. Além das razões históricas, sociais, económicas e culturais, a ideia dessa territorialidade e comunidade construída pelo Alcoa pode explicar-se pela própria divisão administrativa do Patriarcado de Lisboa, a que o quinzenário “responde” na hierarquia da Igreja Católica. O grupo, da Vigararia de Alcobaça e Nazaré, é constituído pelas paróquias da Vestiaria, de Turquel, da Benedita, de Coz, de Alcobaça, da Cela, de Évora de Alcobaça, do Bárrio, de Alfeizerão, de Maiorga, de São Martinho do Porto e do Vimeiro – do concelho de Alcobaça – e, de Famalicão, da Pederneira e de Valado dos Frades – do concelho da Nazaré. Este conceito de comunidade religiosa, aplicado pelo jornal, explicará o facto de o Alcoa dar menos relevância às freguesias do norte do concelho de Alcobaça, Pataias e Martingança, que pertencem à Diocese de Leiria-Fátima.

Também o Região da Nazaré rompe com as fronteiras e estende-se até à comunidade de Alcobaça. Contudo, o quinzenário da Nazaré e de Alcobaça dá primazia às notícias da sede territorial do jornal, conferindo mais espaço noticioso ao concelho da Nazaré, em detrimento do concelho de Alcobaça, o que se explica com o facto de os seus leitores serem maioritariamente nazarenos e estes terem criados elos de proximidade e familiaridade mais fortes ao jornal.

O Região de Cister parece ser o único jornal regional que assume os territórios dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré como a sua comunidade. De salientar que, ainda assim, as mensagens difundidas pelo semanário têm sempre em conta os seus destinatários, que, neste caso, são maioritariamente alcobacenses, daí que o concelho de Alcobaça tenha habitualmente mais espaço nas páginas de Sociedade – quatro a cinco páginas – do que o concelho da Nazaré – nunca passa de uma página por edição.

No fundo, os três jornais direccionam a sua mensagem para o mesmo território geográfico – a área dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré –, mas para destinatários distintos: O Alcoa destaca-se como um jornal ao serviço da Igreja Católica e, por isso, difunde a sua mensagem ao público religioso e com maior predominância para Alcobaça, por ser a sua sede; o Região da Nazaré dirige-se, sobretudo, para o público do concelho da Nazaré, embora também aspire alcançar a do concelho de Alcobaça; enquanto o Região de Cister procura assumir-se como um jornal que, como o próprio nome indica, quer servir as populações dos concelhos, embora reforce a sua presença noticiosa em Alcobaça, onde tem a sede.

Estas tendências confirmam e enfatizam que o conceito de proximidade no jornalismo vai muito além do espaço geográfico; ele estende-se aos elos de proximidade e familiaridade dos seus leitores, que tanto podem ter acesso aos jornais no espaço onde estes são produzidos, como no outro lado do mundo. A afinidade e esta partilha de valores e identidade entre os leitores permitirão facilmente a descodificação da mensagem difundida pelos meios de comunicação social de proximidade.

Compromisso comunicacional

“Entre os meios de comunicação social de proximidade e os destinatários há um conjunto de experiências compartilhadas e isso surge refletido nos conteúdos impressos ou emitidos”. (Moragas *apud* Coelho, 2004, p. 154). Trata-se, pois, de “um pacto

comunicacional que assenta num compromisso específico com a proximidade: defender a região e as suas gentes, em nome do desenvolvimento” (Coelho, 2004, p. 129). Cenário que Carlos Camponez também defende:

“A especificidade da imprensa regional resulta do seu compromisso específico, do seu pacto comunicacional com um território que não pode deixar de representar um recorte parcial de um espaço mais vasto. Trata-se, portanto, de um jornalismo de proximidade, fundamentalmente comprometido com a sua região e com as suas gentes.” (Camponez, 2002, p. 20).

Este compromisso comunicacional de que o autor aborda implica, obviamente, uma dedicação de ambas as partes envolvidas no processo – de um lado, o órgão de comunicação social em questão, e do outro, os habitantes dessa comunidade. Sem esse empenhamento, o compromisso tende a falhar. “É nesse compromisso que frutifica ou fracassa, que se diversifica ou homogeneiza a comunicação” (Camponez, 2002, p. 273). Torna-se, por isso, crucial, que os órgãos de comunicação social se esforcem por conquistar e manter esse elo de proximidade para, simultaneamente, serem entendidos como um reencontro dos leitores com as suas raízes.

Quando, em 2008, o Região de Cister apresentou o novo grafismo do jornal procurou reforçar a sua ligação à comunidade local, utilizando como exemplo o clube de futebol da cidade. O Ginásio Clube de Alcobaça sempre foi conhecido em Alcobaça e na região como Ginásio, mas nos jornais regionais e nacionais o clube era identificado como “Gin. Alcobaça”, “G. Alcobaça” ou “Alcobaça”, consoante a opção de cada órgão de comunicação social. A partir do novo grafismo, o Região de Cister assumiu a proximidade ao clube da cidade e passou a identificá-lo como Ginásio, deixando “cair” o nome Alcobaça. Essa opção reforçou o pacto comunicacional com a comunidade local, ao mesmo tempo que fortaleceu a identidade do clube, acabando por influenciar outros órgãos de comunicação social regionais que, progressivamente, seguiram esse exemplo e passaram a referir-se ao clube apenas como o Ginásio.

Dizem-nos Ricardo Morais e João Carlos Sousa Morais que “ao ter acesso a notícias regionais, o leitor interage com os acontecimentos da comunidade onde vive, no sentido de refletir sobre os problemas, sugerindo alternativas e reivindicando mudanças, contribuindo, em suma, para que através do jornalismo se abram caminhos para a participação dos cidadãos, promovendo a cidadania” (2005, p.12). Na mesma medida, defende João Carlos Correia que “os media regionais podem comportar um

movimento dirigido em dois sentidos. Por um lado, são instâncias de reforço da identidade das comunidades com que se relacionam e, por outro, são espaços de uma potencial ‘abertura ao mundo’”. (1997, p. 147). Ainda nesta linha, Aníbal Alves considera que a imprensa regional e local “participa no trabalho social de definição das conceções, das normas e dos valores, bem como no da formulação e legitimação dos objetivos e das políticas sociais. (...) A imprensa local participa nas tarefas de definição e formação da identidade e da mudança da sociedade de que é fruto e alimento.” (1990, p. 236).

O Alcoa, por exemplo, assumiu publicamente o seu envolvimento e apoio num movimento de cidadãos de Alcobaça, que surgiu em novembro de 2012 com o objetivo de dinamizar a economia local. Durante os primeiros seis meses do “Viver Alcobaça”, O Alcoa fez quatro foto-manchetes com as iniciativas do grupo, a somar à cobertura dos diversos debates temáticos que o grupo promoveu (foi o único meio de comunicação social da região que o fez) e à parceria com o movimento nos debates autárquicos entre os candidatos à Câmara Municipal de Alcobaça centrados no tema do Turismo. Através deste acompanhamento ao Viver Alcobaça, o quinzenário acabou por dar voz aos problemas locais, “sugerindo alternativas e reivindicando mudanças”, com o objetivo de incentivar o debate na opinião pública. Por outro lado, o jornal acabou por ter uma participação ativa naquele movimento independente e alternativo, em que o objetivo era promover a discussão do panorama económico local no espaço público. Algumas das iniciativas do grupo, que tinham em vista uma progressão do local, acabaram por registar uma grande participação da comunidade, o que pode ter sido reflexo da divulgação, promoção e apoio dado pelo jornal.

Ainda assim, este exemplo pode introduzir aqui um outro conceito, uma vez que este envolvimento levantou algumas reservas na opinião pública pela excessiva proximidade do jornal ao movimento. Um dos grandes dilemas deste jornalismo comprometido com as suas gentes é, aliás, a própria delimitação da proximidade. Poderá introduzir-se então, aliado ao jornalismo de proximidade, um conceito de *proximidade demasiado próxima* (Coelho, 2004, p. 132). Na opinião de Orlando Raimundo a proximidade surge precisamente da “preocupação em conquistar as boas graças do público, através da criação de invisíveis cadeias de cumplicidade”, considerando que “a proximidade é uma arma poderosa, suscetível de ser usada para o bem ou para o mal.” (*apud* Carlos Camponez, 2002, p. 117).

O Região da Nazaré preconiza vários exemplos desta excessiva proximidade. Um deles é protagonizado por Clara Bernardino, que assumiu a direção do jornal após a nomeação do marido para vereador a tempo inteiro na Câmara. Aquando das eleições para a liderança do PSD, em 2007, a diretora do jornal assinou uma peça em que afirma que ela própria é a mandatária de Marques Mendes no concelho da Nazaré. E utiliza informação exclusiva obtida numa reunião, fechada aos jornalistas num hotel em Alcobaça, na qual esteve presente enquanto militante do PSD. Este caso traduz-se numa perversão da proximidade, desrespeitando os valores da isenção e distanciamento do jornalista, já que a jornalista é parte interessada no objeto da notícia e, mais grave, é parte interveniente da notícia. Trata-se, no fundo, de um episódio que revela um controlo absoluto de uma elite política sobre um jornal. A autora da notícia é, simultaneamente, interveniente política e diretora do jornal, procurando tirar benefícios dessa condição.

Esta *proximidade demasiado próxima* vai impor, necessariamente, travões ao pacto comunicacional estabelecido entre os jornais regionais e os seus leitores, quebrando assim o compromisso em defender a região e a sua comunidade, em prol do desenvolvimento local. Importa sublinhar que o compromisso de um jornal local ou regional pelo desenvolvimento da região em que está inserido resultará de uma aliança com essa comunidade. Falamos de identidade regional que, como defende Pedro Coelho, “é o motor da região”:

“Uma identidade é sempre construída pela história, pela memória coletiva, pela tradição, pela geografia, pela religião. Havendo coerência e uma certa continuidade na aquisição dessa matéria-prima, forma-se essa identidade comum aos sujeitos que a construíram. Depois de construí-la, é preciso mantê-la e renová-la.” (Coelho, 2004, p. 113).

Esta afirmação permite-nos confirmar que são essas “matérias-primas” que formam a identidade regional, resultando na coesão e na manutenção da identidade coletiva. Na opinião de João Carlos Correia, a identidade regional necessita de “mecanismos de produção simbólica que contemplem o reforço do sentimento de pertença” (1998, p. 56). Quando uma região possui um forte grau de identidade, esforça-se por demarcar as suas características das demais regiões, e “para tal, exige a criação de meios de comunicação social próprios” (Coelho, 2004, p. 153), uma vez que, estes permitem e facilitam “a criação de um quadro de referências, descortinado pela

identidade local que se transforma no mostruário local (ou regional), amplificando a sua visibilidade e propiciando a sua abertura ao exterior.” (Rebelo, 2011, p. 317).

O papel do jornalismo de proximidade

Referindo-se aos jornais de proximidade, Manuel Fernández Areal defende que “nesses *medias* dirigidos a públicos muito concretos, normalmente reduzidos, com nomes e apelidos, é onde o jornalismo é mais humano e mais verdadeiramente social ao pôr em contacto e ao relacionar os que informam ou opinam, escrevem editoriais e dão conselhos, com um público que não é apenas recetor, mas é também normalmente ativo, que por sua vez, informa, recrimina, aceita, valora, aplaude ou censura de forma eficaz.” (*apud* Camponez, 2002, p. 121). Entendemos, por isso, que o jornalismo de proximidade deve ter como função primordial “a manutenção e promoção de uma saudável vida democrática, facilitando a troca de ideias e favorecendo o debate, procurando fazer com que os seus leitores se interessem pelo ambiente que os rodeia, com o objetivo de os levar a participar socialmente.” (Camponez, 2002, p. 122).

Ao tratar de temas diretamente relacionados com o público, o jornal regional é um meio facilitador de cidadania, permitindo à população daquele território de proximidade participar no desenvolvimento local, reclamar os direitos públicos e fiscalizar o poder público. O Região de Cister, mais orientado para conteúdos sociais, políticos e económicos, procura ser um veículo de causas comuns que liguem os diversos membros da comunidade. “Procuramos ser um jornal da terra e, por isso, damos espaço à comunidade local, sempre que aconteça algo que o justifique. Sempre que há campanhas solidárias, iniciativas coletivas ou projetos que visem o desenvolvimento local, o Região de Cister dá o devido destaque”, garante Joaquim Paulo, diretor do semanário regional. Da mesma forma, O Alcoa, mais direcionado para assuntos sociais e religiosos, tem adotado um posicionamento de um meio de comunicação social próximo da comunidade, dando voz a pequenos problemas que causam constrangimentos à rotina diária dos seus habitantes, como é o caso da estrada por alcatroar ou a falta de iluminação nas ruas.

É, por isso, essencial que uma comunidade saiba que tem a seu dispor um serviço que lhe dá voz, que expõe as suas dificuldades e que realça as suas mais-valias, de modo a fortalecê-la. Ao longo dos anos, o Região de Cister tem procurado estabelecer essa mesma relação com os seus leitores, promovendo contributos de

reflexão e participação entre a comunidade. Foi o caso da edição de 6 de março de 2014, em que o jornal comemorou o seu 21.º aniversário, data coincidente com a mudança de propriedade, pedindo a 21 personalidades, consideradas influentes nas áreas da política, cultura e economia da região, 21 ideias para o futuro dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré. Nessa mesma edição, lançou o desafio aos leitores para enviarem também as suas ideias para a redação do Região de Cister, que posteriormente publicaria numa das suas edições semanais. Esta opção editorial confirma a intenção do jornal procurar o debate e a discussão pública. Também O Alcoa tem apresentado novas rubricas que permitem o envolvimento dos seus leitores, como é o caso da “Outra grande ideia”, uma espécie de bolsa de ideias para o desenvolvimento regional e do “Fale pela sua terra”, em que é dada a oportunidade aos leitores, através da página web do quinzenário, de identificarem problemas na sua localidade.

Contudo, em ambos os casos, a participação dos leitores não foi muito representativa. O Região de Cister recebeu apenas duas “ideias”, não tendo sido publicada nenhuma participação até à data de conclusão deste trabalho, e no caso d’O Alcoa apenas foram publicadas três opiniões, em ambas as rubricas, nas três edições seguintes à apresentação dos novos espaços do leitor. Esta ausência de participação pode ser explicada, por um lado, pela falta de interesse dos leitores do ambiente que os rodeia ou, por outro, pela falta de divulgação dos próprios órgãos de comunicação social regionais aos leitores desses espaços. Não lhes tendo sido feito essa pedagogia, os leitores poderão não saber qual o papel dos meios de comunicação social regionais e, nesse caso, é natural que não tenham consciência da importância do seu contributo na aplicação do pacto de proximidade.

Falamos, assim, de um jornalismo destinado a reforçar a coesão social através da “procura de uma maior justiça”, da “defesa do interesse geral, dos direitos e da dignidade do homem” e, finalmente da “promoção da tolerância e o respeito pelo pluralismo” (Gerbaud, 1996, p. 16). O autor utiliza ainda as palavras de Jacques Saint-Criq, na qualidade de então presidente do *Syndicat de la Presse Quotidienne Régionale*, em França, afirmando que os profissionais da imprensa regional devem ser “jornalistas-assistentes do cidadão”. Até porque, tal como reforça Pedro Coelho, “só a comunicação permite a sobrevivência e progressão de uma região”:

“Os meios de comunicação social de proximidade podem ser encarados como lugares alternativos de comunicação, onde em tese, se poderiam refugiar todos os que acreditam no

pensamento e na razão e que elegem a discussão e o debate como instrumentos essenciais para se chegar ao consenso.” (Coelho, 2004, p. 154).

No seguimento desse raciocínio, os meios de comunicação de proximidade chegam a ser encarados como espaços alternativos de comunicação, pois a proximidade que lhes está inerente funciona como “instrumento de mediação, que num ato de cumplicidade com os destinatários, amplificam a discussão.” (*ibidem*). De facto, João Carlos Correia chama a atenção para a possibilidade de os meios de comunicação social de proximidade se transformarem no “elemento estruturador desse espaço público regional entendido como esfera crítica de debate e de interação dos cidadãos em torno dos problemas que lhe são mais próximos” (1998, p. 156).

O “Fórum”, rubrica publicada no Região de Cister, em que quatro pessoas – podendo ser figuras públicas, políticos, empresários ou cidadãos comuns – apresentam a sua opinião sobre determinados temas da ordem do dia e o “Sim ou não”, d’O Alcoa, em que também quatro pessoas – por norma cidadãos comuns – respondem, de forma sucinta, a uma questão em concreto, são exemplos de debate e da interação dos agentes locais em tornos dos problemas ou preocupações locais, com potencial para transformar os jornais regionais num elemento estruturador da opinião pública. Também as chamadas cartas ao diretor, textos de comentário escritos por instâncias externas ao jornal em que a interpretação e a opinião são deliberadas, e os artigos de opinião são espaços privilegiados de discussão pública. No seu trabalho sobre o jornalismo regional e cidadania, Juliana Ribeiro defende que “a participação do público se dá no momento da reflexão e do debate sobre os problemas locais.” (2004, p. 54).

No nosso objeto de estudo, só O Alcoa e o Região de Cister parecem estar abertos a esse envolvimento da comunidade, ainda que o quinzenário possa deixar cair o seu papel na promoção do debate e reflexão no espaço público, uma vez que, muitas vezes, esse espaço serve apenas para publicar poemas dos leitores ou até comunicados de forças políticas locais, não contribuindo para qualquer progressão do local. Mas, por outro lado, numa das cartas ao diretor publicadas no Região de Cister um leitor alertava as entidades competentes para a necessidade de um corrimão nas escadas que davam acesso ao edifício Nossa Senhora da Conceição, zona de muito movimento por se tratar de uma área de serviços e que muitos idosos sentiam dificuldade em subir ou descer os degraus. Duas semanas depois, o corrimão das ditas escadas estava lá colocado. O que quer dizer que, neste caso, o jornal, comprometido com as causas do progresso coletivo,

serviu de meio de mobilização local e de elo social de identidade comunitária, acionando a sua parte no pacto de proximidade.

A promoção do debate pluralista, o incentivo para a participação dos cidadãos no processo político e o incentivo à prestação de contas pelo poder público são algumas das funções dos *media* apontadas por Blumler e Gurevitch (1995). De resto, os autores apontam ainda a definição dos temas mais importantes em curso (*agenda setting*); o esclarecimento por parte de políticos e representantes da sociedade civil; a vigilância do ambiente sociopolítico e a resistência a eventuais tentativas de subversão da independência e integridade dos meios (*ibidem*).

Neste âmbito, é ainda entendida como uma missão do jornalismo de proximidade, a denúncia, resultado de um trabalho de investigação dos seus profissionais, que resulte na apresentação de uma realidade escondida ou em problemas, anseios ou fragilidades locais que afetem a comunidade. O encerramento do Museu do Vinho em Alcobaça é um desses exemplos. Ao longo de vários anos, o Região de Cister assumiu, através de diversos editoriais e publicação de notícias, uma posição crítica para com a opção do Ministério da Agricultura de encerramento do Museu do Vinho, “exigindo” a sua reabertura. O museu foi encerrado, em 2007, depois dos funcionários terem passado para o quadro de mobilidade da função pública e permaneceu encerrado até junho de 2013, apenas por questões burocráticas entre o Estado, o Instituto da Vinha e do Vinho (IVV) e a Câmara de Alcobaça. Entendido como meio de mobilização, promoção e amplificação dos anseios e projetos locais, o jornal denunciou o que considerava ser uma decisão do poder central, que era contrária aos interesses das populações locais.

Mas, aos meios de comunicação social de proximidade não bastará denunciar os problemas que afetam a comunidade. É também sua função envolver-se no esforço coletivo de promover o debate e a discussão racionais, com vista à procura de soluções para esses problemas. Tal como Esteves defende:

“À comunicação social local e regional cabe a insubstituível tarefa de promover o envolvimento do cidadão comum nos processos de decisão, através de um incentivo do conhecimento, discussão, diálogo e defesa dos pontos de vista das populações; o fomento de um poder de autogestão responsável; e a defesa de um desenvolvimento equilibrado das diferentes regiões.” (Esteves, 1990, p. 4).

Por estar próximo dos seus leitores, o jornal tem a possibilidade de abordar questões locais que dizem respeito ao interesse público, permitindo à comunidade fazer reivindicações, questionar e discutir problemas. “É essencial que os meios informativos desempenhem o papel de árbitro e intermediário honesto, ao servirem de veículo para o debate público.” (Kovach e Rosentiel, 2004, p. 139).

A forma como os jornais que integram o nosso objeto de estudo têm abordado o caso da instalação do hotel de luxo no Mosteiro de Alcobaça, que aguarda a publicação do concurso público por parte da Direção-Geral do Património Cultural, tem motivado o debate público sobre o projeto desencadeado pela Câmara Municipal de Alcobaça. A diretora d'O Alcoa manifestou a sua oposição ao projeto, salientando ser favorável ao regresso de comunidades monásticas ao monumento. “Um hotel de luxo na catedral do despojamento? (...) Uma ‘solução ao lado’. Alcobaça, mais do que hotéis precisa de motivos para encher os hotéis existentes”, lê-se no editorial da edição n.º 2322, de 28 de novembro de 2013, assinado por Ana Caldeira. Ainda nessa mesma edição, o quinzenário publica uma entrevista a três monjas cistercienses, presentes pela primeira vez na Mostra Internacional de Doces e Licores Conventuais no Mosteiro de Alcobaça, deixando claro que são a favor da presença monástica no monumento.

Curiosamente, o outro jornal da cidade adotou uma posição contrária. A direção do Região de Cister assumiu, em editorial, ser favorável ao projeto, por considerar que se trata de um instrumento de desenvolvimento regional. “A solução apresentada pela Direção-Geral do Património Cultural não coloca em causa o património, antes pelo contrário, essa é uma condição imprescindível para o sucesso de uma operação deste género. A instalação do hotel vem, aliás, demonstrar que é possível a coabitação entre o desenvolvimento económico, a cultura e a história”, pode ler-se no editorial da edição de 21 de novembro de 2013, na qual se confirma a intenção do Governo em instalar um hotel de 34 quartos no monumento património da Humanidade, a propósito da visita do secretário de Estado da Cultura, Jorge Barreto Xavier, à Mostra Internacional de Doces e Licores Conventuais no Mosteiro de Alcobaça.

Estas posições contrastantes podem justificar-se com as opções editoriais de ambas as publicações. O Alcoa assume, claramente, a sua vertente de publicação cristã, defendendo que o Mosteiro de Alcobaça deve ser preservado e que um hotel de luxo no monumento iria descaracterizar a vertente religiosa que está subjacente ao monumento – optando o jornal por assumir a vontade de ver os monges de regresso ao Mosteiro, em

detrimento do hotel. Por seu turno, o Região de Cister, que perfilha o desenvolvimento económico e social da região, manifesta o apoio à instalação de um equipamento de luxo no Mosteiro que, considera a direção do jornal, irá criar diretamente, postos de trabalho e terá impacto na atividade turística da região, com reflexos na economia local. Este assunto tem motivado uma verdadeira discussão na opinião pública, mobilizando as forças políticas e movimentos de independentes, operadores e agentes turísticos e a própria população, a manifestarem a sua opinião pública sobre o projeto. Tanto que quem procura defender a construção do hotel manifesta-o através de artigos de opinião no Região de Cister e quem se assume contra o projeto escreve para O Alcoa.

De resto, estas atitudes adotadas por ambas as direções dos jornais contrastam, por completo, com a tradição da imprensa portuguesa de as direções editoriais dos órgãos de comunicação social não manifestarem publicamente apoios concretos a movimentos políticos ou empresariais. Carlos Camponez apresenta o caso da “Coincinação na Maceira”, no concelho de Leiria, e o envolvimento do “Diário de Leiria”, na tentativa de impedir que o processo fosse por diante na região (2002, pp. 193 - 204). O diário não hesitou em assumir a causa, transformando-a num acontecimento excecional, que mereceu destaque na sua primeira página durante 14 edições consecutivas (*ibidem* pp. 196 - 199). Em nome do interesse da região, o diário excluiu das suas páginas todas as opiniões em defesa da coincinação, assumindo, claramente, a luta do jornal contra a escolha do governo, afirmando não baixar os braços até que o executivo revogasse a decisão. A proximidade, neste caso, como sublinhou Carlos Camponês, contribuiu para o “consensualismo”; tendo o meio de comunicação social regional praticado “um jornalismo de trincheira” que “penalizou a própria intervenção cívica das populações”. O autor, que estudou a fundo este caso da imprensa regional portuguesa, concluiu que o Diário de Leiria foi “partidário, ainda que sem sigla definida” (*ibidem*, pp. 209 - 223).

Fragilidades da proximidade

Os meios de comunicação social regionais, enquanto plataforma de ligação dos vários campos sociais, sofrem de uma autonomia frágil. Mas apesar de não ser um problema de hoje, nem só dos jornais de proximidade, a fragilidade de hoje é mais visível, porque se deixou “contagiar” por outros interesses, nomeadamente políticos e económicos, e porque a sociedade da velocidade informativa tende a retirar reflexão e

rigor na análise dos conteúdos informativos. Isabel Pascoal, na sua análise sobre os jornalistas da imprensa regional, defende que:

“O melhor perfil que se pode traçar sobre os jornalistas da imprensa regional é ter em conta as condições em que trabalham e a permanente dificuldade em afirmarem a sua autonomia e a sua liberdade de expressão.” (Pascoal, 1995, p. 1)

A falta de recursos nas redações obriga a que, de certa forma, estes meios de comunicação social encontrem rotinas profissionais dentro das suas limitações, o que acaba, na sua maioria, por prejudicar os resultados da produção noticiosa. Sem tempo e sem condições para fazer investigação, a prioridade, como reconhece José Ricardo Carvalheiro, “é ir atrás dos secretários de Estado que visitam a região, ou não faltar às conferências de imprensa dos partidos (...) Quando um órgão falta à chamada dos partidos, as reclamações não se fazem esperar” (1996, p. 2).

A escassez de recursos, a passividade da redação e a falta de experiência dos seus jornalistas, que, muitas vezes, se limitam a transcrever *press releases* em vez de irem ao terreno, constituem alguns dos problemas associados ao jornalismo de proximidade, resultando numa cobertura noticiosa que, na sua maioria, apenas inclui eventos culturais da região ou eventos previamente anunciados. É notória, a falta de critério editorial na cobertura de alguns assuntos, que numas edições podem merecer destaque e noutras edições podem limitar-se a uma breve, deixando transparecer a ideia de alguma falta de conformidade na seleção informativa do jornal.

Vejamos, por exemplo, os casos que integram o nosso objeto de estudo. O Alcoa e o Região da Nazaré têm uma periodicidade quinzenal, o que à partida constitui uma fragilidade em termos de atualidade informativa, mas que pode ser também entendida como uma vantagem, no sentido de haver mais tempo, em relação ao semanário da região (Região de Cister), para investigar melhor as notícias. Contudo, na maioria das vezes, limitam-se a noticiar aquilo que já é conhecido, por vezes há mais de uma semana, sem acrescentar nada de novo, sendo poucas as vezes em que apresentam conteúdos novos e/ou de investigação. No caso do Região da Nazaré, não há jornalistas nos quadros e os jornalistas que escrevem para o jornal fazem parte da redação do outro jornal do grupo, sediado no concelho de Caldas da Rainha, que não dispõem de meios, nem de conhecimentos, para produzir conteúdos que digam respeito à comunidade do quinzenário. No caso d'O Alcoa, as duas jornalistas tendem a revelar alguma falta de experiência e conhecimento do local, nomeadamente na área da política, o que acaba

por resultar num branqueamento de notícias verdadeiramente importantes para a comunidade. Quanto ao Região de Cister, tem, enquanto semanário, dado primazia ao *agenda setting*, apostando no facto de chegar mais cedo aos leitores do que os outros jornais da região e, por isso, privilegia o fator-notícia e a atualidade, em detrimento de alguma investigação jornalística. A falta de recursos, e consequentemente a falta de tempo, obviamente, que também explica essa ausência de investigação, capaz de por em causa alguns problemas locais ou a ação de algumas elites dominantes.

Essa falta de investigação e este branqueamento de notícias determinantes para uma opinião pública racional vão beneficiar as elites locais, que assim têm caminho livre para fazer usar e abusar do seu poder nos meios de comunicação social regionais. Entendemos por elite “o que abrange as pessoas e os grupos que, graças ao poder que detêm ou à influência que exercem, contribuem para a ação histórica da sociedade, seja pelas decisões tomadas, seja pelas ideias, e sentimentos que exprimem” (Mills, 1956, pp. 270-272). Ou seja, os membros da elite não são apenas os que detêm poder económico ou financeiro, mas também aqueles que têm o poder político ou o poder corporativo, nomeadamente nas coletividades e associações.

Curiosamente, e como já depreendemos, n’O Alcoa parece que a falta de recursos ou o comodismo dos seus profissionais são fatores mais relevantes da cobertura informativa, do que propriamente o peso das elites. O que, reflete, por um lado o não aprofundamento das problemáticas, através das reportagens e das entrevistas, géneros fulcrais na investigação do jornalismo, e, por outro, a pouca pressão das elites nos jornais regionais, que se pode explicar pela descredibilização do próprio meio de comunicação social. De salientar que, ao longo dos anos, O Alcoa manteve uma atitude de equilíbrio editorial, não levantando ondas nem polémicas, noticiando, muitas vezes, notícias políticas nacionais, que não colocavam em causa as elites locais. A passividade editorial pode ser reflexo também de uma atitude de moderação por parte da Igreja Católica, elite que é proprietária do próprio jornal.

Assistimos, assim, a uma rede de influências e controlos por parte das elites nos meios de comunicação social regionais, que persistem em manter e promover o estado natural das coisas, para que não seja veiculada uma opinião pública racional, capaz de por em causa as suas ações e o seu papel na comunidade.

Mas esta perversão da proximidade não fica por aqui. É que as elites que mais dominam – a política, a económica e, no nosso objeto de estudo, também a religiosa –

são as que detêm mais poder económico para financiar, direta ou indiretamente, estas publicações. Em entrevista para este trabalho, Walter Chicharro, presidente da Câmara Municipal da Nazaré, afirmou que existem “infelizmente” algumas empresas de comunicação social que não abdicam de gerir os jogos de poder locais e regionais. O autarca considera ainda que a publicidade é um instrumento importante de promoção de determinada entidade para determinado fim, mas que o mais perigoso “é a promiscuidade entre política e comunicação social”.

Tal como Pedro Coelho deixa claro, “o desafio do jornalismo de proximidade, enquadrado por esse pacto de proximidade, é exatamente o de sobreviver às tentações que essa proximidade suscita”, pois “estar próximo e ser cúmplice com o desenvolvimento da região não tem, necessariamente, de impedir o jornalista de abster-se do rigor que molda a sua profissão.” (2004, pp. 140 - 141). Por essa razão, e tal como o autor defende, “ao jornalista deve ser garantido um grau de independência que lhe permita questionar as elites que representam o poder local quando estas têm de ser questionadas, abrindo espaço à tensão e ao conflito, ouvindo os detentores das opiniões que contrariam esse ‘consenso’ imposto pelo topo de forma totalitária.” (*ibidem*).

É importante realçar ainda que, na maior parte dos órgãos de comunicação regionais e locais, a submissão aos critérios de vendas ou de audiências varia consoante o grau hierárquico dos profissionais no interior das suas organizações: os que ocupam posições mais elevadas (editores, chefe de redação, diretores) aceitam melhor tais critérios, ao passo que os recém-chegados à profissão reagem e se inclinam para a defesa de princípios e valores, de acordo com a reputação clássica do jornalismo. (Santos, 1997, p. 60). Até que, por osmose se adaptam “como um neófito numa subcultura”:

“O primeiro mecanismo que promove o conformismo é a socialização do redator no que diz respeito às normas de trabalho. Quando o jornalista inexperiente começa o seu trabalho, não lhe é dito qual a política editorial. Nem nunca será. Isto pode parecer estranho, mas as entrevistas, uma após a outra, vieram-no confirmar.” (Breed apud Traquina, 2001, p.71).

Em termos sociológicos, isto significa que os recém-chegados socializam e aprendem as regras e que a aprendizagem da política editorial é um processo através do qual estes descobrem e interiorizam os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as normas e os valores.

Também as alterações ao subsídio “Incentivo à Leitura”³ constituíram outros dos constrangimentos da imprensa regional. Segundo o Gabinete para os Meios de Comunicação Social, em 2007, ano da alteração do regime do Estado que pagava total ou parcialmente aos operadores postais, em regime de avença, os custos de expedição de publicações periódicas suportadas pelos assinantes residentes no território nacional ou no estrangeiro, beneficiavam 343 publicações, sendo que, em 2013, o número baixou para as 203 publicações. A perda do subsídio de expedição a 100 por cento do porte pago enfraqueceu a sustentabilidade económica dos jornais regionais, originando uma drástica redução de assinantes. De salientar que o subsídio a 100 por cento do porte pago permitiu a proliferação de títulos, cuja única missão se reduzia à captação de publicidade, diretamente relacionada com o número de exemplares distribuídos. O porte pago poderá ter sido, assim, um crescimento artificial da imprensa regional e local em Portugal, que possibilitava a entrega da publicação em casa dos seus assinantes sem custos de distribuição para os jornais, e quanto maior fosse a tiragem maior seria o peso na publicidade, independentemente do conteúdo.

No nosso objeto de estudo, O Alcoa foi um dos jornais mais afetados pelas alterações legislativas. O quinzenário chegou a apresentar na sua ficha técnica 8 mil assinantes, que não sabemos se eram reais, entre os quais cerca de 2 mil assinantes do estrangeiro. O substancial aumento do preço das assinaturas internacionais, que passou de 25 euros (Europa) e 30 euros (resto do Mundo) para 42 euros (Europa) e 47 euros (resto do Mundo) aquando da alteração ao regime do porte pago, fez com que o quinzenário reduzisse drasticamente o número de assinantes no estrangeiro, que hoje em dia não chegam à centena.

Ainda que sem uma relação direta sobre a redução dos apoios estatais, mas por uma insustentabilidade financeira do jornal, no ano de 2013, uma das medidas da administração do Região de Cister foi aumentar o preço da assinatura anual de 25 euros para 40 euros e o preço de venda em banca de 80 cêntimos para 1 euro, o que originou uma desistência de cerca de 400 assinantes. Os preços e a má qualidade da expedição dos CTT provocam ainda atrasos sistemáticos na distribuição, levando a reclamações constantes, na sua maioria, de emigrantes que pagam a sua assinatura e não recebem os jornais em tempo útil, prejudicando a opinião que as pessoas têm dos jornais regionais.

³ O regime de apoio do Estado à leitura anteriormente designado por "porte pago" passou a ser designado por "incentivo à leitura" em 2007

O peso das elites

O campo de ação da imprensa regional é dominado por elites que detêm o poder e o querem preservar, como já verificámos. Para atingir esse objetivo, “estabelecem com os meios de comunicação social de proximidade cumplicidades que contribuem para reforçar esse poder” (Coelho, 2004, p. 137). É neste jogo de relações de força que as elites locais atingem o seu protagonismo nas regiões e, consequentemente, nas páginas dos jornais regionais e locais. Como assinala Galtung e Ruge:

“Quanto mais o acontecimento disser respeito às pessoas de elite, mais provavelmente será transformado em notícia.” (Galtung e Ruge apud Traquina, 2004, p. 80).

Para responder à questão “como é que os acontecimentos se tornam notícia”, Galtung e Ruge enumeram doze valores-notícia, entre os quais a significância, com duas interpretações: uma diz respeito à relevância do acontecimento, ou seja, o impacto que poderá ter sobre o leitor, os ouvintes ou os telespetadores; e a outra tem a ver com a proximidade, nomeadamente a proximidade cultural e a referência a elites. Segundo os autores, as ações da elite são, pelo menos geralmente e na perspetiva a curto prazo, mais importantes do que as atividades dos outros (*apud* Traquina, 2004, p. 102). Nelson Traquina aponta ainda a notoriedade como outro valor-notícia para os membros da comunidade jornalística. “É fácil visualizar este valor-notícia ao ver a cobertura de um congresso partidário e a forma como os jornalistas andam atrás das estrelas políticas. A celebridade ou a importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento têm valor como notícia.” (2004, p. 109).

Nos seus estudos de *newsmaking*, Mauro Wolf afirma que as fontes são um fator determinante para a qualidade da informação produzida pelos *media* (1994). Os seus estudos deram a conhecer que a rede de fontes que os órgãos de informação estabelecem como instrumento essencial para o seu funcionamento, reflete, por um lado, a estrutura social e de poder existente e, por outro, organiza-se a partir das exigências dos procedimentos produtivos (*ibidem*). O autor sustenta ainda que a eficiência do jornalista em definir as fontes é baseada na ideia de produtividade (quem mais produz mais interesse tem), em que o jornalista recorre a determinadas fontes porque já possuem a credibilidade e a autoridade expectável do leitor (*ibidem*). O que, de certo modo, motiva o predomínio de pessoas de maior prestígio, mais poderosas e consideradas de elite e a consequente ausência ou exclusão de outras fontes, tal como Habermas lembra:

“Os atores coletivos que operam fora do sistema político, fora das organizações e associações sociais têm normalmente menos oportunidade de influenciar os conteúdos e as tomadas de posição dos grandes meios de comunicação.” (Habermas, 2003, p. 110)

A afirmação confirma que as fontes de informação dominantes detêm mais peso na narrativa jornalística, em função do seu poder social, credibilidade e proximidade em relação aos jornalistas. De facto, “aqueles que detêm o poder económico ou político podem facilmente ter acesso aos jornalistas; aqueles que não têm qualquer poder, mais dificilmente se transformam em fontes e não são procurados pelos jornalistas até as suas ações produzirem efeitos noticiáveis enquanto moral ou socialmente negativos” (Wolf *apud* Gans, 1979, p. 81). A este último grupo de fontes, Pedro Coelho denomina de “grupos marginais” (2004, p. 115).

A partir de um conjunto de dados obtidos em diversas investigações sobre as rotinas produtivas nas fontes, Rogério Santos também concluiu que as fontes burocratizadas tendem a manter uma permanente disponibilidade de atendimento dos jornalistas, procurando traçar antecipadamente a ocorrência de acontecimentos e processando sistematicamente a informação que, depois, difundem de acordo com critérios de noticiabilidade adequados (2003).

Na opinião de Mauro Wolf, as causas para essa “distorção” da estrutura das fontes, do ponto de vista do interesse da fonte em ter acesso aos jornalistas, podem ser quatro: os incentivos, o poder da fonte, a proximidade social e geográfica em relação aos jornalistas e a sua capacidade de fornecer informações credíveis (1994). Dos quatro fatores, o autor considera que o quarto é determinante e os outros complementares: “A capacidade de fornecer informações credíveis é maior para as instituições, pessoas ou aparelhos que podem programar a sua atividade de modo a satisfazer a necessidade contínua que os *mass media* têm de cobrir, eventualmente, acontecimentos calendarizados anteriormente” (*ibidem*). “Semelhante vantagem torna-se ainda maior para os organismos que podem dispor quer de porta-vozes cujas declarações sejam noticiáveis, quer de fontes que fiquem disponíveis com um breve pré-aviso aos jornalistas, fornecendo-lhes atempadamente as informações de que eles necessitam, sem nada custar aos próprios jornalistas” (Gans, 1979, p. 122). As fontes que correspondem a estes requisitos organizativos dos meios de comunicação são, obviamente, as que estão ligadas a instituições, organismos oficiais, grupos de poder, entre outros.

Quer isto dizer que se, por um lado, as fontes são um fator determinante para a qualidade da informação produzida pela imprensa, por outro o seu acesso depende do posicionamento do jornalista. Os jornalistas que estão mais próximos das elites privam mais facilmente com os seus representantes em contextos informais para facilitar o acesso às informações que necessitam. Como escreve Mário Mesquita, “qualquer que seja o grau de autonomia perante os seus interlocutores, o êxito profissional do jornalista depende, em boa parte, do relacionamento com as instituições e personalidades que lhe permitam obter notícias em primeira mão” (1998, p. 34). Até porque, uma das formas de o jornalista ganhar um certo estatuto social é criar um conjunto de relações com as elites, traduzidas numa vasta agenda de contactos, cuja mobilização mediática parece tornar mais importante o jornal para o qual escreve.

O Alcoa tem apostado na realização de galas anuais, há três anos consecutivos, enfatizando o poder de determinadas elites na comunidade regional, ao mesmo tempo que o jornal estreita a sua relação com as mesmas, atribuindo-lhes prémios (os chamados Alcoas D'Ouro), pela sua ação ou papel local. Por norma, os nomeados para os prémios são escolhidos pela direção do jornal, muitas vezes deixando transparecer a ideia de que aquelas escolhas são influenciadas pelo contributo ou apoio que esses “nomeados” dão ao quinzenário, sendo que é o público, através das votações online no site do quinzenário, quem tem a palavra final. Porém, em 2014, todos os nomeados foram vencedores, tendo o jornal justificado aquela opção com um alegado ataque ao site e optando por não atribuir o prémio a ninguém em particular, estreitando e reforçando a sua relação com todos esses nomeados, considerados elites locais.

Por sua vez, o Região de Cister tem apostado na realização de jantares-conferência, no âmbito do seu projeto editorial “Rede PME Região de Cister”, normalmente realizados em hotéis da região, que promovem, de igual modo, o estreitamento do jornal com as elites locais, neste caso, maioritariamente económicas e políticas. Mas o projeto, que nasceu para valorizar o tecido industrial dos concelhos de Alcobaça e Nazaré tem originado, em muitos casos, a promoção pessoal e/ou profissional de alguns empresários. Neste caso, as elites tem procurado tirar partido de uma relação mais estreita que passou a existir com o jornalista, para que este lhe possa dar destaque num momento propício à sua promoção pessoal, política ou social. A título de exemplo, pouco tempo depois de aderiram ao projeto editorial do semanário, quatro dos empresários da região apresentaram a sua candidatura a cargos políticos nas

eleições autárquicas, podendo tirar-se a ilação de que procuraram tirar partido da sua atividade profissional para retirar dividendos políticos e promoção pessoal, em ano de eleições autárquicas.

Esta dimensão de proximidade (ou promiscuidade) é também reflexo dos chamados “pseudoacontecimentos”, como atividades cujo principal objetivo é assegurar e controlar a cobertura mediática. “Muito do que é entendido como notícia é pouco mais do que publicidade grátis. (...) Muito do que aparece como “notícias políticas” é, de facto, escrito por conselheiros, candidatos e membros do parlamento” (Curran e Seaton, 2001, p. 330). Estas constatações fazem referência ao crescimento de organizações e capacidades com o objetivo de manipular os *media*, como foram as relações públicas, a partir dos anos 30 do séc. XX em Inglaterra e nos Estados Unidos da América. Nesse contexto, Curran e Seaton consideram a imprensa local como sendo a mais vulnerável às notícias pré-dirigidas (2001).

Também Mário Mesquita aborda o conceito de “pseudoacontecimento”, sublinhando que as instituições estatais e, em especial, os governos são a principal máquina de fabricar notícias, utilizando a via da negociação entre fontes de informação e os jornalistas (1998). Segundo o mesmo autor, “apesar das transformações positivas da indústria mediática, como a evolução profissional dos jornalistas, permanece o balanceamento entre o ‘real’ e o ‘virtual’, entre ‘factos relatados’ e ‘factos criados’, entre acontecimentos e ‘pseudoacontecimentos’” (*ibidem*, p. 64). Para complementar essa ideia, o sociólogo norte-americano Daniel Boorstin refere ainda que a informação jornalística não é um mero espelho da realidade, mas uma construção, introduzindo o conceito de “pseudoacontecimento” para definir o campo de ação de jornalistas, políticos e relações públicas para criar um evento que, em condições normais, não se produziria. “Trata-se de um acontecimento que não é espontâneo, mas que surge porque alguém o planeou, ou encorajou, para que fosse noticiado. A sua relação com a realidade é ambígua, e em muitos casos serve para dar estatuto de ‘real’ ao que é ‘fictício’” (*apud* Santos, 1992, pp. 92-93).

Para Estrela Serrano os políticos são os maiores criadores de eventos (2002). Nos EUA, Roosevelt, com a colaboração de conjunto de jornalistas que integravam o *press corps* da Casa Branca, tornou-se um autor de “pseudoeventos” e de *sound bites* que enchiam as primeiras páginas dos jornais, transformando as conferências de imprensa, habitualmente rituais sem interesse, na maior instituição nacional fazedora de

notícias, através de um processo informal de conversa e troca de ideias. Sabendo como os jornalistas vivem ávidos de notícias, Roosevelt ajudava-os a construí-las, orientando-as segundo os seus próprios interesses. Situação que leva a autora a afirmar que “sem a ajuda dos jornalistas, os políticos não poderiam criar os eventos que lhes trazem poder e notoriedade. Os jornalistas são, nesta matéria, aliados dos políticos.” (2002, p. 85).

Além da elite do poder político, existe outro tipo de poderes que alimentam estas estratégias de gestão, tais como os grupos económicos, que nos parecem ser cruciais para a análise dos jornais que integram o nosso objeto de estudo. Isabel Pascoal alerta para esse clientelismo e caciquismo, dependentes e cúmplices dos vários poderes, nomeadamente político e económico, que enfatiza as elites e o seu poder no território onde atuam:

“O meio regional encontra-se extremamente condicionado por hábitos, costumes e ideologias conservadoras, nomeadamente no que respeita às relações entre os vários agentes sociais e políticos locais que revelam, principalmente, uma habituação a um tipo de relação clientelar e caciquista.” (2008, p.11).

O facto de alguns agentes económicos subsidiarem os órgãos de informação com receitas publicitárias não será, de todo, inocente. Alguns grupos económicos ou empresas de maior porte adotam estratégias comerciais e publicitárias mais agressivas e, com isso, garantem maior cobertura mediática aos seus produtos, marcas e interesses dos próprios proprietários. Esta é, no fundo, uma influência invisível que acaba por ter reflexos na administração dos próprios órgãos de comunicação social, influenciando, necessariamente, os conteúdos editoriais.

Nos suplementos d’O Alcoa, à semelhança dos do Região de Cister, tem-se verificado uma “submissão” do seu conteúdo editorial à vertente comercial do jornal. Ou seja, em função da receita publicitária que as empresas ou as instituições estão dispostos a investir, o jornal dá mais ou menos relevo nos seus conteúdos. Também a rubrica “Compre o que é da região”, fixa em todas as edições d’O Alcoa, e a “Rede PME do Região de Cister” são exemplos dessa promiscuidade entre publicidade e informação, em que existe uma troca direta da notícia por uma receita publicitária. As empresas acabam por pagar um conteúdo, que é apresentado ao leitor como informação e não como publicidade. Quer isto dizer que os jornais estão a enganar os seus leitores, em prol da sua sustentabilidade financeira. Que opinião pública racional pode daqui resultar? De que forma poderão os jornais tornar-se verdadeiros instrumentos na

mediação do debate se são condicionados e influenciados por estes constrangimentos? A resposta é uma: não existe discussão racional, não se forma uma opinião pública consciente dos problemas da comunidade, há manutenção do estado das coisas, as elites eternizam-se e o fosso entre as vozes marginais é cada vez mais fundo.

Entendemos, por isso, que o grande desafio da imprensa regional é justamente o de sobreviver, com independência, às tentações que essas relações clientelares e caciquistas com as elites políticas e económicas suscitam. Está em jogo a capacidade dos jornalistas e das empresas de conseguirem equilibrar o pacto de proximidade com o desenvolvimento da região sem deixarem de assumir as suas responsabilidades éticas.

ANÁLISE DE CONTEÚDO

Apresentação e interpretação de resultados

O papel das elites nas comunidades de proximidade e a forma como elas assumem posição dominante no espaço público, a partir do controlo que exercem sobre os meios de comunicação social, pode ser observado na análise de uma comunidade de proximidade específica: a região de Cister. Tendo em consideração os objetivos do trabalho, a análise de conteúdo efetuada permitiu a obtenção de vários dados.

Entendemos que a análise de conteúdo, enquanto método de investigação, não pode ser encarado com um processo de leituras absolutas, ou seja, não estamos perante um método 100% eficaz, mas de uma ferramenta com as suas vantagens e limitações. Só através desta investigação é que conseguiremos alcançar as principais orientações e fragilidades da imprensa dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré, permitindo assim uma interpretação qualitativa capaz de clarificar as relações das elites nos discursos jornalísticos de proximidade.

Nos 51 exemplares que fizeram parte da nossa amostra foram analisadas um total de 3.047 peças. As 26 edições do Região de Cister que foram analisadas detêm no conjunto o maior número de peças (1.818), o que se explica por ser o único semanário integrado no nosso objeto de estudo, seguidas das edições do Região da Nazaré (593) e d'O Alcoa (636), ambos quinzenários.

Tabela 1 – Número total de peças analisadas e distribuição por jornal

| Jornais | N.º de peças | Percentagem |
|------------------------------|--------------|-------------|
| O Alcoa | 636 | 21% |
| Região de Cister | 1818 | 60% |
| Região da Nazaré | 593 | 19% |
| <i>Total de peças</i> | 3047 | 100% |

Categorização temática

Conhecido o número de peças analisadas por jornais, a primeira categoria de análise está diretamente relacionada com os temas escolhidos pelas publicações, que sublinham ou trazem para a discussão no espaço público a problemática que lhe está associada. Assim, parece-nos de todo relevante analisar a distribuição das 3.047 peças jornalísticas analisadas por temáticas.

Tabela 2 – Número total de peças analisadas por categoria

| Categoria | N.º de peças | Percentagem |
|-----------------------|---------------------|--------------------|
| Sociedade | 1396 | 46% |
| Política | 418 | 14% |
| Economia | 279 | 9% |
| Desporto | 737 | 24% |
| Cultura | 217 | 7% |
| Total de peças | 3047 | 100% |

A partir da tabela 2 podemos verificar um claro predomínio de três grandes áreas temáticas, sendo estas a Sociedade (46%), o Desporto (24%) e a Política (14%). A Sociedade e a Política confirmam a análise, que sustentamos até agora, de que as elites se concentram mais na área da Política e da Sociedade. Mas nessa linha de análise, o Desporto surge aqui como uma nova temática na construção noticiosa dos três jornais, mas parece-nos que aqui é mais uma questão de espaço do que influência ou controlo por parte de elites desportivas. De salientar que os conteúdos de economia, representados por 9% do total de peças do nosso objeto de estudo, podem esconder algumas “cadeias de cumplicidade”, tal como sustenta Orlando Raimundo (*apud* Carlos Camponéz, 2002, p. 117). Mas vamos partir para uma análise mais detalhada.

A Sociedade (1396 peças; 46% do total de peças dos jornais) é a temática que apresenta um maior volume de notícias nos três títulos por ser, em simultâneo, a área mais abrangente de análise, juntando interesses diversos e várias subcategorias, desde a justiça, às associações, passando pela religião. A política editorial e posicionamento de cada publicação que integra o nosso objeto de estudo explica a diversidade de temas. Entendemos, por isso, fazer uma análise mais exaustiva a esta categoria, para entender melhor os critérios de construção noticiosa, dividindo-a por subcategorias.

Tabela 3 – Número total de peças da Sociedade analisadas por subcategorias

| Subcategorias | N.º de peças | Percentagem |
|-----------------------|--------------|-------------|
| Ambiente | 30 | 2% |
| Associações | 360 | 27% |
| Autarquias | 123 | 9% |
| Educação | 133 | 9% |
| Eventos e lazer | 111 | 8% |
| Religião | 69 | 5% |
| Junta de freguesia | 72 | 5% |
| Justiça | 8 | 1% |
| Outros | 126 | 9% |
| Proteção Civil | 40 | 3% |
| Regional | 83 | 6% |
| Saúde | 37 | 3% |
| Segurança | 59 | 4% |
| Serviços públicos | 26 | 2% |
| Turismo e património | 95 | 7% |
| Total de peças | 1.263 | 100% |

Em termos genéricos, o domínio associativo e cultural (360 peças, 27%) assume-se com um vincado predomínio, que não levanta grandes ondas críticas e não afrontam, de uma forma geral, as elites locais. Este facto, conjugado com a vertente de que estamos a tratar de três publicações de imprensa regional, poderá indiciar um forte carácter descritivo, através de uma pequena peça jornalística, a que chamamos de breve, a assinalar ou a antecipar a realização de determinadas festividades. Dos três jornais, aquele que dá mais expressão a esta subcategoria é o Região de Cister, que detém 69% das notícias relativas a associações, coletividades ou IPSS, seguido d'O Alcoa com 21% das peças e do Região da Nazaré com 10%.

Os conteúdos sobre as duas Câmaras Municipais e as Juntas de Freguesia, que representam 14% das peças (195 de 1.263), são aqui analisados enquanto atividade autárquica, e por esse motivo, é comum encontrar mais notícias nos três jornais sobre o partido que governa cada órgão autárquico. Ainda assim, importa referir que no Região da Nazaré as notícias sobre reuniões de Câmara refletem, na sua maioria, o posicionamento do vereador António Salvador, “eleito pelo PSD e atual candidato do MPT”, como o jornal recorda. O Região de Cister e O Alcoa individualizam cada notícia que tenha resultado da reunião pública camarária, dando mais ou menos destaque, consoante as suas agendas noticiosas e políticas editoriais.

O Região da Nazaré é o jornal com mais representatividade em notícias regionais, com conteúdos que não dizem respeito diretamente aos concelhos onde o quinzenário atua. Facto que se explica pelo facto de o grupo deter outros títulos regionais noutro concelho. Dessa forma, a administração do jornal reduz o trabalho aos colaboradores do quinzenário e, ao mesmo tempo, utiliza as ações e as notícias do Jornal das Caldas para promover o Região da Nazaré. Uma prática que levanta dúvidas quanto ao conceito de proximidade, uma vez que a comunidade da Nazaré em nada se identifica com a de Caldas da Rainha, acabando por quebrar o pacto de proximidade entre o quinzenário e os seus leitores. Quando o Região de Cister pertencia à Jorlis também tinha por hábito publicar uma página dedicada a notícias de outros concelhos do distrito de Leiria, com notícias redigidas pelos jornalistas do Jornal de Leiria, título do grupo económico sediado na cidade de Leiria. Contudo, mesmo depois da mudança de administração, os dois jornais regionais estabeleceram uma parceria de conteúdos, em que há notícias do Jornal de Leiria publicadas no Região de Cister e vice-versa.

A religião é, de longe, a subcategoria que mais enfatiza o posicionamento editorial d'O Alcoa, com 79% das peças na totalidade desta subcategoria. Neste caso, a vertente católica, vincadamente assumida pelo quinzenário, merece uma página inteira (página 3) dedicada ao tema, com atividades, eventos ou “atores” das paróquias do concelho, com mais ênfase à Igreja do Santíssimo Sacramento de Alcobaça, entidade proprietária d'O Alcoa. Apesar da sua inspiração católica, é comum o quinzenário publicar notícias referentes à Igreja Batista de Alcobaça ou a Paróquia de Alcobaça realizar eventos em parceria com essa entidade. A situação explicar-se-á pelo facto de a doutrina Batista ter Jesus Cristo como elemento central da fé e a Igreja Batista de Alcobaça ter um grande peso social na cidade, nomeadamente com a doação de manuais escolares e ter um jardim de infância e creche (Arca de Noé) a seu cargo. O Alcoa acaba por se rever nestes valores sociais e solidários da Igreja Batista, que apesar de ser uma doutrina protestante não “afronta” os valores da Igreja Católica, ao contrário, por exemplo, da Associação de Cultura Espírita de Alcobaça, que é “ignorada” pelo quinzenário, não merecendo qualquer referência noticiosa. Neste caso, a doutrina espírita⁴ já é condenada pela Igreja Católica por divergir com a fé cristã.

⁴ Conjunto de crenças e práticas que assentam na procura de comunicação com os mortos, considerados espíritos desencarnados, e na teoria da reencarnação, defendendo que depois de morta uma pessoa volta a viver na terra com outro corpo

O que significa que a elite religiosa, em particular a Igreja Católica, será sempre valorizada pelo O Alcoa, ao mesmo tempo, que acaba por ser uma pressão e um condicionamento para os jornalistas que lá trabalham, não podendo questionar ou por em causa alguns dos princípios ou valores dessa doutrina. Já chegou a ser publicado, por exemplo, um artigo sobre o aborto, em que o jornal só ouviu posições contra o assunto, pondo em causa os princípios deontológicos do jornalista que escreveu a peça. O debate pluralista, destinado a reforçar a coesão social, de que falávamos anteriormente, é travado aqui pela rede de influências nos meios de comunicação social regionais e locais. “O mais grave do ponto de vista da liberdade de imprensa é o facto de, em Portugal, a Igreja, o poder local e os proprietários em geral, agirem numa base consensual e utilizarem os órgãos de informação regional e local como veículos de informação com marcada intencionalidade deformadora ou pretenderem, capciosamente, formar certos pressupostos de natureza ideológica, económica e cultural na opinião pública”. (Pascoal, 2008, p. 12). O Região de Cister e o Região da Nazaré, enquanto meios de comunicação regionais generalistas, publicam notícias religiosas, independentemente da sua doutrina e/ou princípios, incluindo Igreja Católica, Igreja Batista e Associação de Cultura Espírita de Alcobaça.

Tendo em conta o período de análise, coincidente com a realização das eleições autárquicas, percebe-se o elevado número de notícias de Política (418 peças; 14% das peças desta temática), publicadas nos três jornais, em período pré e pós eleitoral. Por outro lado, este número pode significar que as elites políticas dominam as estratégias que lhes permitem marcar a agenda informativa, mas também que os próprios jornalistas encaram as fontes do campo da política em geral, e dos órgãos políticos e autárquicos em particular, como fontes obrigatórias, que permitem assegurar as rotinas noticiosas dos jornais, tal como vimos anteriormente.

O Região de Cister foi o jornal que mais deu destaque ao fenómeno autárquico, com 15% das suas temáticas dedicadas à Política. O semanário apresentou 271 peças nas 26 edições analisadas, logo seguido pelo Região da Nazaré com 14% dos seus conteúdos dedicados à Política. No O Alcoa a temática contou com 10% entre as suas publicações, num total de 61 peças. Mas mais do que os números, importa analisar a forma como a política foi escrutinada nos jornais num período de eleições autárquicas.

O semanário realizou uma cobertura exaustiva do ato eleitoral, nomeadamente tendo publicado artigos com todos os candidatos a todas as Juntas de Freguesia dos dois

concelhos e uma ronda de entrevistas, do tipo pergunta-resposta, aos candidatos da Câmara Municipal de Alcobaça (seis) e da Nazaré (oito), publicando ainda a apresentação pública de cada candidatura. Em contraste, no mesmo período, O Alcoa deu espaço nas suas páginas a apenas dois candidatos de Juntas, ambos de listas de independentes, deixando assim de fora todos os outros candidatos. Essas notícias resultaram de comunicados à imprensa daquelas candidaturas, o que levanta a dúvida: se todos os outros candidatos a todas as outras Juntas de Freguesia tivessem enviado notas de imprensa também teriam direito a “notícias” naquele jornal? O tratamento jornalístico que O Alcoa deu às autárquicas prova aquilo que antes falávamos como fragilidades da imprensa regional, nomeadamente a utilização da informação dos comunicados de imprensa, poupando trabalho aos seus jornalistas e não levantando ondas polémicas e críticas ao jornal. A falta de conhecimentos e experiência dos seus quadros também poderá explicar a opção do quinzenário, que preferiu avançar com a notícia pré-dirigida e não a informação que se esperava do trabalho dos seus jornalistas.

Também no Região da Nazaré, a disparidade de notícias entre os partidos que apresentaram candidaturas foi notória. Os candidatos às duas Câmaras não tiveram a mesma igualdade no tratamento de informação e também as Juntas de Freguesia foram deixadas para segundo plano. Numa nota de direção, o jornal informou os leitores que “as notícias das diferentes candidaturas as autárquicas 2013 têm sido baseadas nos *press releases* enviados para a redação do Região da Nazaré (...); dando a conhecer os candidatos de cada lista, seguindo a calendarização pré-estabelecida pela Comissão Nacional de Eleições e seguida pelo Tribunal, bem como dar a conhecer os comunicados ou ações de campanha que cheguem a redação do nosso jornal, até ao fecho de cada edição”. O jornal absteve-se, assim, de assumir o seu papel de órgão de comunicação, preferindo servir de caixa de ressonância dos partidos e movimentos de independentes ao publicar apenas os comunicados de imprensa.

Nas categorias mais destacadas está ainda o Desporto com 737 artigos, representando 24% do total das peças dos três jornais. Como já sustentámos anteriormente, parece-nos que este predomínio tem mais a ver com o espaço que os jornais dedicam nas suas páginas ao Desporto, explicado pela forte identidade regional desportiva e pelo impacto das vendas do jornal em banca do que propriamente com interesses das elites.

O Região de Cister e O Alcoa dedicam ao Desporto duas páginas por edição, sendo que o Região da Nazaré apresenta edições com quatro páginas de Desporto, o que poderá ser explicado pelo facto de o colaborador ser o único elemento da equipa fundadora do jornal e de, por esse facto, poder “reclamar” de mais espaço para publicar notícias, reportagens e entrevistas. De referir ainda que, apesar do Desporto constar nas prioridades noticiosas dos três jornais que integram o nosso objeto de estudo e de ser um assunto polémico no espaço público, os seus conteúdos não chocam com as elites dominantes e, por isso, não põem em causa o estado natural das coisas.

O futebol (30%), o hóquei em patins (15%) e o futsal (11%) são as modalidades mais destacadas nos três jornais, precisamente pela raiz histórica dessas três práticas desportivas na região. Turquel é considerada a aldeia do hóquei em Portugal, o Ginásio de Alcobaça já esteve na 1.^a Divisão e a equipa do CCDR Burinhosa subiu na época 2013/2014 para a 1.^a Divisão Nacional. O futebol, a par da imprensa nacional, é o desporto-rei nos jornais regionais, tanto que o Região de Cister publica desde 2006 uma revista (Guia do Futebol), antes do arranque da época, em setembro, com todos os dados de jogadores, equipas, treinadores e calendários da nova época desportiva. Um projeto editorial, a par da publicação de *posters* de equipas regionais, que permite ao Região de Cister afirmar-se como o jornal regional mais especializado em jornalismo desportivo.

De salientar ainda que no Região da Nazaré é notório o destaque dado às modalidades praticadas na praia, como é o caso do andebol de praia, com 41% da totalidade de notícias da modalidade nos três jornais, e futebol de praia, com 35% das peças da modalidade. Facto que se explica pela importância destes desportos, que se realizam no areal da praia da Nazaré, reforçando a identidade regional dos seus leitores à vila. O mesmo motivo explica as notícias sobre tauromaquia, que surgem com maior frequência no Região da Nazaré (56%), uma vez que muitas das corridas de touros publicadas decorrem na única Praça de Touros da região, ou seja, na Nazaré. Curiosamente, esta temática também surge com bastante frequência n’O Alcoa (38%), um jornal de inspiração cristã, que conta com um colaborador exclusivo para fazer a cobertura mediática de touradas. Neste caso, a aliança e o compromisso do jornal para com o leitor prevaleceram, porque apesar de haver uma reformulação de conteúdos recentemente, a rubrica do “Alcoa Taurino” manteve-se nas páginas de Desporto do jornal. Por último, a destacar que, O Alcoa recorre a um colaborador externo para assegurar as páginas de Desporto que, em simultâneo, é autor de uma página web

(www.desportoleiria.com) com notícias desportivas do distrito da Leiria, replicando-as muitas vezes n'O Alcoa. A falta de conhecimentos e experiência dos quadros do quinzenário explicam a necessidade de recorrer a um colaborador, por sua vez, sem formação em jornalismo, mas com acesso a notícias da área.

A economia é, por norma, um tema pouco atrativo para a opinião pública. A não ser quando estão em causa projetos de grande impacto para o reforço do tecido económico local e regional, com previsão de criação de postos de trabalho, como foi o caso da SPAL, empresa de cerâmica, que anunciou a aquisição de um novo forno e a criação de 50 postos de trabalho. A notícia foi publicada no Região de Cister, sendo aliás o jornal que mais apresenta notícias e reportagens da área económica (12% das suas temáticas) e o único das três publicações que assegura uma página semanal fixa para a economia, para além da página dedicada ao projeto “Rede PME”, que integra um conjunto de 25 empresas dos concelhos de Alcobaça e Nazaré por ano. O Alcoa, por seu turno, limita a secção de economia ao projeto “Compre o que é da região”, projeto editorial similar à “Rede PME” do Região de Cister, que surgiu um ano depois da iniciativa do concorrente, espalhando outras notícias de economia pelas páginas de Sociedade. Quanto ao Região da Nazaré, nem sempre tem uma página dedicada a esta temática e quando tem, é na sua maioria, dedicada ao tecido económico de Alcobaça. Importa realçar que as empresas que aderem à “Rede PME” do Região de Cister, ou ao “Compre o que é da região” d'O Alcoa, fazem um acordo de publicidade com os jornais, abrindo caminho aos empresários para se autopromoverem na reportagem que está implícita nessa parceria. Como já analisámos, aqui pode derrapar a independência jornalística, em prol de interesses comerciais, que sustentam financeiramente parte das publicações.

Num universo em que a maioria das notícias são publicadas através dos contactos diretos entre empresários e jornalistas ou, nos restantes casos, através de comunicados de imprensa, importa analisar os setores económicos que os periódicos mais privilegiam e interpretar a relação entre eles e os leitores.

Tabela 4 - Número total de peças da economia analisadas por subcategorias

| Subcategoria | N.º de peças | Percentagem |
|-----------------------------|--------------|-------------|
| Agricultura e vinhos | 36 | 13% |
| Ambiente | 5 | 1% |
| Automóvel | 7 | 1% |
| Calçado | 4 | 1% |
| Cerâmica | 43 | 15% |
| Madeira | 3 | 1% |
| Moldes | 3 | 1% |
| Pescas e Mar | 9 | 2% |
| Restauração e doçaria | 16 | 5% |
| Tecnologia | 9 | 2% |
| Turismo | 22 | 8% |
| Estudos e listagens | 16 | 5% |
| Associações empresariais | 43 | 15% |
| Atividades e eventos | 39 | 14% |
| Outros | 45 | 16% |
| Total de peças | 279 | 100% |

A par das associações empresariais, é a cerâmica o setor dominante nas páginas de economia nos três jornais, com 43 peças e 15% dos conteúdos. Não é por acaso que a cerâmica é o setor mais retratado nos jornais locais, pois trata-se do setor mais tradicional do concelho de Alcobaça e o maior empregador na indústria. Os jornais assumem aqui o elo de familiaridade e proximidade à sua comunidade, através da difusão de notícias que lhe diz mais respeito, suscitando um maior interesse na sua leitura. Isto reflete precisamente o pacto de proximidade, em que existe um conjunto de experiências partilhadas e um universo comum da descodificação da mensagem.

Também a agricultura e os vinhos estão intrinsecamente ligados ao tecido económico da região, que têm dado cartas no mercado nacional e internacional. A Associação dos Produtores de Maçã de Alcobaça (APMA), a Associação Empresarial da Região de Leiria (Nerlei) e a Associação dos Agricultores da Região de Alcobaça (AARA), a que o Região de Cister estava ligado à data da análise de estudo, são as associações que mais são alvo de notícia no período analisado. O que também explica a forte identidade regional aos setores primários económicos.

Quanto à editoria da Cultura, apesar de ser uma página com menos peças nos jornais sediados em Alcobaça, é-lhe normalmente dado mais destaque através da fotografia nos três jornais. Com 217 peças (7% dos conteúdos dos jornais), a Cultura

acaba por não ter um grande peso nos jornais que integram o nosso objeto de estudo, pelo facto de os seus atores não serem considerados elites relevantes.

Géneros jornalísticos

Analisando os géneros jornalísticos mais utilizados para o tratamento das temáticas já indicadas, recolhemos dados importantes.

Tabela 5 - Número total de peças informativas

| Géneros jornalísticos | N.º de peças | Percentagem |
|-----------------------|--------------|-------------|
| Breves | 1244 | 40% |
| Notícias | 1803 | 57% |
| Reportagens | 31 | 1% |
| Entrevistas | 53 | 2% |
| Total de peças | 3131 | 100% |

Verifica-se que nos três jornais o predomínio dos géneros informativos é nas notícias, com 1803 peças, representando 57% dos géneros informativos, logo seguidas pelas breves, com 1244 peças (40%). As reportagens e as entrevistas representam uma minoria dos conteúdos, com 1% e 2% respetivamente. Dados que nos permitem evidenciar a forte componente de agenda dos três jornais, em que os seus jornalistas dispõem de poucos meios e de pouco tempo para se dedicar a trabalhos de investigação e de reportagem. Géneros que implicariam, tal como já verificámos, um levantamento dos problemas, capaz de por em causa a ação das elites dominantes. Vejamos a importância que cada publicação dá aos diferentes géneros informativos:

Tabela 6 - Número total de peças informativas por jornal

| Géneros informativos | O Alcoa | Região de Cister | Região da Nazaré |
|----------------------------|---------|------------------|------------------|
| Breves | 360 | 806 | 78 |
| Percentagem de breves | 55% | 43% | 13% |
| Notícias | 276 | 1012 | 515 |
| Percentagem de notícias | 42% | 55% | 84% |
| Reportagens | 5 | 25 | 0 |
| Percentagem de reportagens | 1% | 1% | 0% |
| Entrevistas | 12 | 20 | 21 |
| Percentagem de entrevistas | 1% | 2% | 3% |
| Total de peças | 653 | 1863 | 614 |

N'O Alcoa destacam-se as breves (360 peças; 55%), seguidas de perto pelas notícias (276 peças; 42%). O Região de Cister e o Região da Nazaré privilegiam as notícias (1012 peças, 55% e 515 peças, 84%, respetivamente), dando mais destaque aos seus conteúdos, em detrimento das breves (806 peças, 43% e 78 peças, 13%, respetivamente).

Importa referir que a maioria das breves publicadas pelos jornais diz respeito a notícias de *agenda setting*, que, muitas vezes, são obtidas através dos comunicados de imprensa e do Facebook, refletindo, uma vez mais, a passividade e falta de investigação das redações. Neste caso, também é importante analisar o número de páginas que cada publicação é constituída: os quinzenários apresentam em todas as edições analisadas 24 páginas, enquanto o Região de Cister vai oscilando entre as 16 e as 20 páginas, quando existem suplementos. Facto que pode, de alguma forma, refletir também os números de breves e de notícias. A periodicidade das publicações também deve aqui ser levada em conta, uma vez que quanto menos tempo houver para fechar uma edição, maior será a necessidade de notícias para fechar as páginas. Os quinzenários acabam por beneficiar de duas semanas de informação.

Analisando as entrevistas nestas publicações verificamos que o Região da Nazaré é o jornal que detém o maior número desse género jornalístico, logo seguido do Região de Cister com 20 e d'O Alcoa com 12. Para uma análise mais sustentada sobre a representação das entrevistas nos jornais que integram o nosso objeto de estudo, discriminámos os temas por jornal:

Tabela 7 – Temas de entrevista por tema por jornal

| Tema de entrevista | N.º de entrevistas | Percentagem |
|-----------------------------|---------------------------|--------------------|
| Região de Cister | 20 | 100% |
| Política | 14 | 70% |
| Religião | 0 | - |
| Desporto | 6 | 30% |
| O Alcoa | 12 | - |
| Política | 6 | 50% |
| Religião | 3 | 25% |
| Desporto | 3 | 25% |
| Região da Nazaré | 21 | 100% |
| Política | 0 | - |
| Religião | 0 | - |
| Desporto | 21 | 100% |
| Total de entrevistas | 53 | |

Os entrevistados são, na sua maioria, políticos, o que explica pelo facto do período de análise coincidir com a época de autárquicas. Todos os candidatos à Câmara de Alcobaça (seis) e da Nazaré (oito) foram entrevistados pelo Região de Cister, sendo que n’O Alcoa, durante os meses de julho e agosto, foram publicadas entrevistas aos candidatos da CDU, do PNR, do BE e do PSD à Câmara de Alcobaça (os restantes foram publicados em junho) e em dezembro, o quinzenário iniciou uma ronda aos novos presidentes de Juntas de Freguesia do concelho de Alcobaça. A religião assume no jornal de inspiração cristã alguma relevância (25%), com entrevistas aos dois novos padres das Paróquias de Turquel e da Benedita e a duas monjas da ordem de Cister, presentes no Mosteiro de Alcobaça, a propósito da Mostra Internacional de Doces e Licores Conventuais. No caso do Região da Nazaré, que não publicou nenhuma entrevista do tipo pergunta-resposta aos candidatos no período analisado, as entrevistas são na sua totalidade a personalidades do desporto. Numa primeira nota de direção sobre as entrevistas aos candidatos da Câmara da Nazaré, o quinzenário explicou que as entrevistas seriam publicadas na mesma edição, denominada ‘especial autárquicas’, mas que não haveria sorteios para que o último candidato sorteado não fosse o mais lembrado e o primeiro caísse no esquecimento. Uma “resposta” ao Região de Cister, que optou por sortear a ordem da publicação das entrevistas aos candidatos das Câmaras. Contudo, o Região da Nazaré acabou por não publicar entrevistas, tipo pergunta-resposta, a nenhum dos candidatos à Câmara da Nazaré, sendo que em nota de direção dessa mesma edição, a diretora esclareceu que, por motivos de “delicadeza dos assuntos” e “sensibilidades próprias em época de eleições” o Região da Nazaré optou por não promover debates ou realizar entrevistas. A publicação de entrevistas daria voz aos candidatos políticos adversários do ex-administrador do jornal e, por isso, a opção passou por “silenciá-los”, mostrando uma vez mais o peso da elite política, na pessoa de António Salvador.

Por outro lado, apesar de não ter entrevistas aos candidatos políticos, o Região da Nazaré foi, no espaço temporal analisado, o jornal com maior número de entrevistas, o que se explicará por uma falta de recursos: é mais fácil enviar as perguntas por email e ter as respostas escritas do que ir, por exemplo, assistir a um jogo de futebol e fazer o trabalho que compete ao jornalista. A somar a isso, as entrevistas publicadas pelo quinzenário são maioritariamente desportivas, e, por isso, não colocam em causa as elites dominantes. Quer isto dizer que, embora o Região da Nazaré seja o jornal que

apresenta mais entrevistas, não é, de longe, o que mais afronta e questiona as elites. Por sua vez, o Região de Cister e O Alcoa optaram pelas entrevistas, do tipo pergunta-resposta, para dar voz “direta” aos candidatos políticos, tentando formar uma verdadeira opinião pública. “A opinião pública, instruída e informada pelos intelectuais, dita as leis ao legislador”. (Habermas, 1981, p. 102).

Também as reportagens representam uma minoria (2%) dos conteúdos dos três jornais, reflexo de uma clara ausência de investigação por parte das redações, capaz de por em causa o poder das elites dominantes. O Região da Nazaré “esquece” por completo este género tão importante no levantamento e na identificação de problemas locais, espelhando os seus interesses políticos, em detrimento dos interesses da comunidade. Já os restantes jornais regionais, por falta de recursos ou por uma opção de não questionamento do estado das coisas, opta por reportagens de índole mais económica ou cultural. É neste género jornalístico que se poderiam evidenciar as vozes marginais, mas os jornais que integram o nosso objeto de estudo optam, na maior parte das vezes, por se fechar em si próprios, esquecendo o “conflito”.

Mas para entender melhor estes dados, centremo-nos na análise dos géneros opinativos, concretamente nos artigos de opinião e nas cartas ao diretor, que, como já vimos, funcionam como o principal veículo de debate e discussão na opinião pública.

Tabela 8 - Número total de géneros opinativos

| Géneros opinativos | N.º de peças | Percentagem |
|------------------------------|---------------------|--------------------|
| Artigos de opinião | 115 | 83% |
| Cartas ao diretor | 24 | 17% |
| <i>Total de peças</i> | 139 | 100% |

Os artigos de opinião são o principal veículo de géneros opinativos que integram o nosso objeto de estudo, com 115 peças, representando 83% do total dos géneros. O período de eleições autárquicas, com a publicação de artigos de opinião políticos, contribui em grande parte para esses números.

Por sua vez, as cartas ao diretor, que muitas vezes funcionam como um meio privilegiado dos leitores exporem os seus problemas, representam apenas 17% do nosso estudo. Tal como as rubricas criadas pelos dois jornais que integram o nosso objeto de estudo para o envolvimento da comunidade, como foi o caso das 21 ideias no Região de

Cister e do “Fale pela nossa terra” d’O Alcoa, que tentavam apelar à participação dos leitores, verificou-se uma escassa participação da comunidade. E mesmo quando a comunidade participa raras são as vezes em que motiva o debate e reflexão na opinião pública. Perante a situação, levantamos duas questões: o que está a falhar e se não levanta o debate, então para que servem estes espaços? Para uma melhor interpretação do tema, vamos analisar os géneros opinativos por publicação.

Tabela 9 - Número total de géneros opinativos analisados por jornal

| Géneros opinativos | N.º de peças | Percentagem |
|---------------------------|---------------------|--------------------|
| O Alcoa | 25 | 100% |
| <i>Artigos de opinião</i> | 21 | 84% |
| <i>Cartas ao diretor</i> | 4 | 16% |
| Região de Cister | 55 | 100% |
| <i>Artigos de opinião</i> | 36 | 66% |
| <i>Cartas ao diretor</i> | 19 | 34% |
| Região da Nazaré | 59 | 100% |
| <i>Artigos de opinião</i> | 58 | 98% |
| <i>Cartas ao diretor</i> | 1 | 2% |
| Total de peças | | 100% |

A distribuição por jornais indica que o Região da Nazaré é das três publicações a que tem mais artigos de opinião (98%), seguido d’O Alcoa (84%) e do Região de Cister (66%). No caso do Região da Nazaré é fácil entender esta opção. Se os interesses do jornal são políticos, indubitavelmente cairá na tentação de recorrer a opinião das elites que promovam e alimentem esses interesses. Tal acontece porque o local tem tendência a fechar-se sobre si próprio. “Um local que se fecha sobre si próprio rejeita o outro, o que vem de fora, mas também aquele que, mesmo internamente, apresenta uma opinião diferente, aquele que rompe o *totalitarismo* que, nesse espaço e sob essa lógica, surge disfarçado de consenso. Esse local narcísico morrerá, refletido na sua utopia de autossuficiência.” (Coelho, 2004, p. 195).

Já no Região de Cister os artigos de opinião são escritos por diversos autores, sendo certo que conta com um núcleo fixo de três articulistas, que publicam os seus textos uma vez por mês. O caso d’O Alcoa é semelhante: com dois ou três colunistas fixos – mais ligados à Igreja – o quinzenário publica artigos de opinião de diversos autores. Parece-nos que, nestes dois jornais, já existe uma comunicação racional expressa nos artigos de opinião, que admitem a possibilidade do conflito e que, se

necessário, questiona as elites e o seu poder. E este parece-nos ser o caminho que aceita o pacto de proximidade entre os jornais regionais e os seus leitores, tendo em vista a progressão da região de Cister.

Como já foi enunciado, nos meses em análise dos três jornais existe a particularidade de muitos dos artigos de opinião terem um carácter político, nomeadamente partidário, uma vez que se tratava de um período de eleições autárquicas. Contudo, os periódicos adotaram atitudes diferentes em relação aos artigos de opinião políticos. O Alcoa, que afirmou na edição de 5 de setembro de 2013, três semanas antes das eleições, estar “aberto à opinião dos diferentes pontos de vista e partidos políticos, publicando os textos que chegam à redação”, publicou, nessa mesma edição, um artigo do PSD e outro do CDP-PP. Duas semanas depois, ainda antes das eleições, publicou na mesma edição um artigo de opinião do mandatário e cabeça de lista à Assembleia Municipal de Alcobaça pelo PS, um artigo de opinião do antigo presidente da Junta de Freguesia pelo PS e de um apoiante à candidatura do PS à União das Freguesias de Alcobaça e Vestiaria. Ficou por esclarecer se essa nota de direção tentava “desculpar” o facto de serem apresentadas três opiniões de apoio ao PS, quebrando o princípio da equidade no tratamento jornalístico, ou a falta de coerência do jornal, que não pediu artigos de opinião aos candidatos, limitando-se a publicar os que chegaram à redação. Acreditamos que o jornal preferiu abster-se do seu papel, sabendo que, dessa forma, não iria levantar ondas críticas, pelo facto de justificar que apenas publicou o que chegou à redação.

O caso do Região da Nazaré é mais grave. Sendo o jornal que mais apresenta artigos de opinião (59), é de igual modo o jornal que menos equilíbrio denota neste género opinativo. Dos sete artigos de opinião publicados, quatro apelam ao voto do MPT. Nas semanas antes das eleições, o próprio candidato, António Salvador, publica dois artigos, tendo sido sistematicamente publicados artigos de opinião de outros apoiantes à sua candidatura. Apenas o PS teve “direito” a um artigo de opinião. Ou seja, o Região da Nazaré foi um meio de propaganda neste ato eleitoral, não tendo assumido o papel que lhe compete de fiscalização da atividade política e de esclarecimento junto da população.

O Região de Cister foi o jornal mais “justo” em período de eleições autárquicas, publicando 12 artigos de opinião de apoio aos candidatos da Câmara de Alcobaça e da Nazaré. Apenas a candidatura do CDS-PP e do MPT à Câmara Municipal da Nazaré

não tiveram artigo de opinião, mas porque os partidos não chegaram a enviar até à última edição antes das eleições, conforme solicitado pelo semanário.

Relativamente às cartas ao diretor, em que o Região de Cister se evidencia com 34% em relação aos outros jornais, é importante referir que o Região da Nazaré não chegou a publicar nenhuma carta ao diretor no período em análise, não sendo possível apurar se é por não as receber ou por não as publicar. Se não as recebe, não está a cumprir o seu papel e se as recebe e não as publica, ignora o seu papel na promoção do espaço público. No caso do Região de Cister são maioritariamente vozes marginais que assinam estas cartas, denunciando, na maior parte das vezes, problemas locais. As elites do poder, por verem as suas ações postas em causa, rapidamente tratam de resolver os problemas denunciados pela população.

No caso d'O Alcoa, as cartas ao diretor são publicadas com alguma frequência (16%), também por vozes marginais, mas aqui a dúvida prende-se com o facto de suscitar ou não o debate. Muitas vezes, esse espaço é utilizado pelo jornal para a publicação de poesias de leitores. Situação que nos leva a questionar se os leitores terão consciência do papel que lhes compete ou se o jornal está a cumprir o papel que lhe é atribuído no pacto de proximidade. O certo é que o jornal tenta, por diversas ocasiões, apelar à participação da sua comunidade nos jornais, como foi o caso do “Fale pela sua terra”, mas parece não haver uma resposta cabal. Concluimos, desta forma, que o compromisso comunicacional tende a ser mais ignorado por parte da comunidade, pondo em causa o pacto de proximidade com o jornal.

Perante os dados dos géneros informativos e opinativos dos três jornais, podemos considerar que as peças analisadas privilegiam um estilo narrativo-descritivo, característico dos géneros informativos, nomeadamente das breves e das notícias, em vez de um estilo analítico-interpretativo, mais frequente nos géneros opinativos e em especial nos artigos de opinião.

Primeira página

As notícias que os jornais escolhem nas suas primeiras páginas refletem também as suas opções editoriais, pois cada título regional faz interpretações distintas sobre os acontecimentos. Analisamos, por isso, os dados apurados através da nossa investigação, tendo em conta os temas nas primeiras páginas dos três jornais. Assim, de modo a

clarificar os procedimentos de análise das primeiras páginas agrupámos os temas abordados, cuja categorização, explicada na metodologia, corresponde à forma mais frequente como os jornais ordenam os temas residentes nas primeiras páginas: manchetes, títulos com e sem fotografia.

Tabela 10 - Número total de categorias mais retratadas em primeira página

| Categorias | N.º de manchete | Percentagem | N.º de títulos com foto | Percentagem de títulos com foto | N.º de títulos sem foto | Percentagem de títulos sem foto |
|-----------------------|------------------------|--------------------|--------------------------------|--|--------------------------------|--|
| Sociedade | 28 | 45% | 59 | 43% | 99 | 49% |
| Política | 21 | 33% | 23 | 17% | 12 | 6% |
| Economia | 12 | 19% | 8 | 6% | 33 | 16% |
| Desporto | 0 | - | 42 | 30% | 31 | 15% |
| Cultura | 2 | 3% | 5 | 4% | 28 | 14% |
| Total de peças | 63 | 100% | 137 | 100% | 203 | 100% |

No topo das manchetes encontra-se a Sociedade (45%), seguida da Política (33%), o que é natural tendo em conta a diversidade de temas que essas categorias abrangem, mas porque são também as principais promotoras de discussão ou polémica, e consequentemente, de mais vendas em banca. Pelo contrário, aquele que apresenta menos tratamento mediático nas manchetes é o Desporto. Normalmente, os três jornais optam por destacar os conteúdos desportivos com fotografia (30%), mostrando o rosto dos seus atores ou fotografias dos jogos. Isto porque, a venda em banca tende a aumentar quando existem destaques com fotografia na área do Desporto.

Além do desporto, o destaque com fotografia prevalece na área da Sociedade (42%). Relativamente aos títulos sem fotografia, consideradas opções de terceira em termos de importância, lideram mais uma vez as categorias da Sociedade (49%) e da Economia (16%), enquanto a Política não ocupa mais do que 6% nos títulos sem fotografia.

Estas evidências conduzem-nos à percepção de que as publicações, de um modo geral, estão mais sensíveis a questões que digam respeito aos problemas sociais e à vida das populações. As notícias de âmbito social surgem, por isso, nas capas com o propósito de chamar a atenção dos leitores, com um claro intuito de chegar às massas, procurando com isso capitalizar audiências, mesmo que os assuntos tratados possam ter pouca importância para o desenvolvimento socioeconómico da região. Considerando

que as primeiras páginas funcionam como “montras” de informação para os leitores, concluímos que os três jornais que integram o nosso objeto de estudo dão primazia na manchete e nos destaques com fotografia aos assuntos que vendem em banca e, os destaques sem fotografia funcionam como ponto de referência dos leitores que se interessam por determinada editoria. É normal, por exemplo, que se o tema da manchete for Sociedade e o destaque com fotografia sobre Desporto, as chamadas sem título procurem temas de outras editoriais, tais como a economia, a Política ou a Cultura. Analisemos, agora, as categorias mais retratadas em primeira página por jornal.

Tabela 11 - Número total de categorias mais retratadas em primeira página por jornal

| Categorias | N.º de manchete | Percentagem | N.º de títulos com foto | Percentagem de títulos com foto | N.º de títulos sem foto | Percentagem de títulos sem foto |
|-----------------------|------------------------|--------------------|--------------------------------|--|--------------------------------|--|
| O Alcoa | 12 | 100% | 13 | 100% | 49 | 100% |
| <i>Sociedade</i> | 5 | 42% | 10 | 76% | 23 | 47% |
| <i>Política</i> | 6 | 50% | 1 | 8% | 4 | 8% |
| <i>Economia</i> | 0 | - | 0 | - | 12 | 25% |
| <i>Desporto</i> | 0 | - | 1 | 8% | 6 | 12% |
| <i>Cultura</i> | 1 | 8% | 0 | - | 2 | 4% |
| <i>Educação</i> | 0 | - | 1 | 8% | 2 | 4% |
| RC | 26 | 100% | 54 | 100% | 99 | 100% |
| <i>Sociedade</i> | 17 | 65% | 24 | 45% | 34 | 35% |
| <i>Política</i> | 7 | 27% | 5 | 9% | 4 | 4% |
| <i>Economia</i> | 2 | 8% | 8 | 15% | 13 | 13% |
| <i>Desporto</i> | 0 | - | 12 | 22% | 25 | 25% |
| <i>Cultura</i> | 0 | - | 4 | 7% | 19 | 19% |
| <i>Educação</i> | 0 | - | 1 | 2% | 4 | 4% |
| RN | 15 | 100% | 57 | 100% | 55 | 100% |
| <i>Sociedade</i> | 6 | 40% | 23 | 40% | 30 | 54% |
| <i>Política</i> | 8 | 53% | 17 | 30% | 4 | 7% |
| <i>Economia</i> | 0 | - | 0 | - | 8 | 15% |
| <i>Desporto</i> | 0 | - | 16 | 28% | 0 | -- |
| <i>Cultura</i> | 1 | 7% | 1 | 2% | 7 | 13% |
| <i>Educação</i> | 0 | - | 0 | - | 6 | 11% |
| Total de peças | 53 | | 124 | | 203 | |

Nas manchetes, o Alcoa dedica metade da sua atenção ao tema da Política (50%) e 42% à Sociedade (com a religião a dominar), enquanto o Região de Cister domina com temas sociais nas suas manchetes (65%). Por sua vez, o Região da Nazaré dedica um maior enfoque aos temas da Política (53%), refletindo o seu carácter político num ano de eleições autárquicas. Analisando cada um dos jornais, no que se refere aos títulos

com fotografia, o Região de Cister dá, uma vez mais, prioridade à Sociedade (45%), seguida do Desporto (22%). Por seu lado, o Região da Nazaré dedica 40% aos temas sociais e 30% aos temas políticas, enquanto O Alcoa dá larga vantagem à Sociedade (76%). Sem fotografia o panorama não é muito distinto: a Sociedade continua a ser a categoria com mais destaque nos três jornais, seguida da economia com 25% no caso d'O Alcoa e do Região da Nazaré (15%) e do Desporto no caso do Região de Cister (25%).

Por fim, a categoria da Cultura é uma área pouco destacada nas primeiras páginas dos três jornais, o que confirma a ausência da ação de elites reconhecidas pela comunidade. Verifica-se que a conquista de influência comum pelos periódicos, principalmente no espaço urbano onde atuam as elites políticas, pode significar que partilham o acesso às mesmas fontes de informação, em igual período.

Receitas publicitárias

Com a sucessiva redução de assinantes, a sustentabilidade financeira dos meios de comunicação social regionais e locais depende, na sua maioria, dos seus anunciantes. E, também na imprensa regional da região de Cister, as receitas publicitárias advêm dos setores em que as elites mais dominam, colocando em causa a sua independência editorial. Vejamos no conjunto dos três jornais a origem da publicidade.

Tabela 12 – Origem da publicidade dos jornais

| Receitas | N.º de peças | Percentagem |
|-----------------------|--------------|-------------|
| Privadas | 115 | 83% |
| Públicas | 24 | 17% |
| Total de peças | 139 | 100% |

Em Alcobaça e na Nazaré a dependência da publicidade institucional das autarquias representa 17% em relação ao espaço que lhe é confinado, embora seja claro que exista uma influência indireta deste poder, sobretudo ao nível dos patrocínios e ao nível dos custos de publicidade, uma vez que, por norma, o valor cobrada a uma Câmara é superior a outro anunciante do jornal.

Em relação aos 83% das receitas privadas, sobretudo através de empresas e instituições, essa “dependência” publicitária significa, em alguns casos, também uma

“dependência” editorial, ou seja, há receitas em troca de notícias, conjugando, assim, os interesses das elites com os interesses dos jornais. Reflexo de que o meio regional está habituado a essa relação clientelar, como Isabel Pascoal (2008) evidencia.

Tabela 13 - Mancha de publicidade analisada por jornal

| Jornal/meses | N.º de páginas de publicidade | Percentagem média mensal de publicidade | Total de páginas mensal |
|-------------------------|--------------------------------------|--|--------------------------------|
| Região de Cister | | | |
| Julho | 13 | 20% | 64 |
| Agosto | 21 | 24% | 88 |
| Setembro | 13 | 18% | 72 |
| Outubro | 9 | 11% | 84 |
| Novembro | 8 | 11% | 72 |
| Dezembro | 12 | 19% | 64 |
| Total de páginas | 76 | - | 444 |
| % média mensal | | 17% | |
| Região da Nazaré | | | |
| Julho | 6 | 8% | 72 |
| Agosto | 9 | 19% | 48 |
| Setembro | 4 | 9% | 48 |
| Outubro | 2 | 4% | 48 |
| Novembro | 2 | 4% | 48 |
| Dezembro | 2 | 4% | 48 |
| Total de páginas | 25 | | 312 |
| % média mensal | | 8% | |
| O Alcoa | | | |
| Julho | 10 | 21% | 48 |
| Agosto | 6 | 25% | 24 |
| Setembro | 8 | 11% | 72 |
| Outubro | 4 | 8% | 48 |
| Novembro | 6 | 13% | 48 |
| Dezembro | 4 | 8% | 48 |
| Total de páginas | 3 | | 288 |
| % média mensal | | 14% | |

Dos três jornais analisados, o Região de Cister é o que apresenta, de forma sistemática, maior mancha publicitária, com uma média de 17% do espaço das edições ocupado com anúncios, enquanto O Alcoa apresenta 14% de mancha publicitária nos meses em estudo e o Região da Nazaré se fica pelos 8%.

É importante referir que, apesar da cerâmica e da agricultura serem os setores mais retratados na página de economia dos jornais, não são os que mais investem em publicidade. Pelo contrário, esses setores são os que apresentam menos investimento em publicidade nos jornais que integram o nosso objeto de estudo, podendo-se justificar

pelo facto de os seus clientes serem, na sua maioria, estrangeiros e o volume de negócios de exportação dessas empresas ser muito elevado, não havendo interesse em captar clientes na região.

No Região de Cister, o projeto “Rede PME” – tal como n’O Alcoa com o “Compre o que é da região” – a troca de interesses é visível. Ou seja, nestes casos, os jornais não destacam as empresas que, pelo seu mérito, se evidenciam no mercado, mas sobretudo aquelas que têm capacidade económica ou que pretendem promover-se ou promover os seus serviços e produtos. Esta estratégia traz benefícios para as duas partes: os jornais garantem receitas e as empresas ganham força e credibilidade, ao associarem-se aos jornais locais. N’O Alcoa, também os suplementos sobre freguesias apresentam uma tendência de troca direta entre o conteúdo publicitário e os conteúdos editoriais, levando-nos à conclusão de que o poder económico das elites é fator preponderante na seleção de conteúdos por parte do jornal. No caso do Região da Nazaré, a maior influência é a do proprietário, pelo que o jornal não tem uma grande apetência comercial ao nível publicitário e chega a ter edições praticamente sem anúncios.

Para explicar estes projetos misteriosos, Flavia Barca, referindo-se aos meios de comunicação social italianos, agrupa-os em três grupos: fontes de financiamento escondidas, em que destaca os acordos entre os meios de comunicação social e os seus patrocinadores – no caso do Região de Cister no projeto da Rede PME há patrocínios das autarquias de Alcobaça e da Nazaré, de uma entidade bancária (Caixa Agrícola) e de uma associação empresarial (Nerlei); o segundo grupo tem a ver com os proprietários que tem outras atividades comerciais não diretamente relacionadas com o setor da comunicação e por isso, estabelece complementaridades entre todos e o terceiro grupo integra as elites políticas locais, que se servem da estação como forma de promoção política, tentando instrumentalizar, através dos conteúdos emitidos, a opinião pública local (*apud* Coelho, 2004, p. 152). Nestes dois últimos grupos, o Região da Nazaré encaixa na perfeição, uma vez que António Salvador, além de arquiteto, assume funções autárquicas, acumulando esses dois cargos com a administração de um grupo de comunicação; além de que, como já referimos, ele próprio é uma elite política local, que tenta instrumentalizar a opinião pública local. O facto é que, tal como a autora evidencia, o retorno do investimento não é financeiro mas também não é social, porque se limita a servir o interesse do proprietário.

Tabela 14 – Número total de receitas publicitárias por gênero

| Receitas | N.º de peças | Porcentagem |
|---------------------------------|--------------|-------------|
| Publicidade | 276 | 16% |
| Publicações obrigatórias | 122 | 7% |
| Necrologia | 182 | 11% |
| Classificados | 1103 | 66% |
| <i>Total de peças</i> | 1683 | 100% |

Uma análise global aos espaços publicitários dos três jornais permite concluir que, em termos quantitativos, os classificados são o produto mais comercializado, mas importa perceber que essa importância não tem correspondência com receitas. Os classificados são pequenos anúncios que representam pouco lucro para os jornais, mas que, por outro lado, funcionam como um chamariz para a venda de jornais em banca, uma vez que se destinam a pessoas interessadas em procurar emprego ou comprar bens e serviços.

Uma das áreas mais rentáveis dos jornais locais são as publicações obrigatórias, embora este seja um negócio em declínio, sobretudo desde 2010, quando o Estado deixou de publicar anúncios e editais de Finanças ou Tribunais, optando pelos meios digitais. Estas publicações obrigatórias eram uma grande fonte de rendimento dos jornais, que tiveram de se contentar com algumas publicações e anúncios relativos a escrituras públicas ou escrituras de usucapião. Nestes casos, os anúncios são vendidos à linha, existindo grande concorrência entre os jornais, que tentam manter os clientes a todo o custo. O Região de Cister, por ser semanário, acaba por beneficiar das publicações obrigatórias, no caso das Finanças ou de solicitadores. Porém, nesta área em concreto, o que muitas vezes determina a opção do “anunciante” é meramente a data e o preço, pois a publicação pretende, simplesmente, fazer cumprir a lei e não tem objetivos de divulgação do conteúdo ao grande público, mas apenas “legitimar” algo. Ou seja, as receitas publicitárias nestes casos em particular nada têm a ver com as elites, mas sim com uma questão de posicionamento do jornal em termos comerciais.

No período em análise, os três jornais publicaram 1683 inserções publicitárias, com O Alcoa, jornal da Paróquia de Alcobaça, a dominar na área da necrologia, com 154 anúncios, contra 11 do Região de Cister e 17 do Região da Nazaré. O Região de Cister, por seu turno, tem domínio nos classificados, mas exerce uma supremacia mais evidente na publicidade direta, com 163 inserções, contra 66 d’O Alcoa e 47 do Região da Nazaré, como se comprova no quadro seguinte:

Tabela 15 – Número total de receitas publicitárias por género analisadas por jornal

| Receitas | N.º de publicações | Percentagem |
|---------------------------------|---------------------------|--------------------|
| O Alcoa | 544 | 100% |
| <i>Publicidade</i> | 66 | 12% |
| <i>Publicações obrigatórias</i> | 15 | 3% |
| <i>Necrologia</i> | 154 | 28% |
| <i>Classificados</i> | 309 | 57% |
| Região de Cister | 858 | 100% |
| <i>Publicidade</i> | 163 | 19% |
| <i>Publicações obrigatórias</i> | 76 | 9% |
| <i>Necrologia</i> | 11 | 1% |
| <i>Classificados</i> | 608 | 71% |
| Região da Nazaré | 281 | 100% |
| <i>Publicidade</i> | 47 | 17% |
| <i>Publicações obrigatórias</i> | 31 | 11% |
| <i>Necrologia</i> | 17 | 6% |
| <i>Classificados</i> | 186 | 66% |
| Total de peças | 1683 | 100% |

A sustentabilidade financeira do Região da Nazaré é pouco mais que um “mistério”, dado tratar-se de um jornal com uma reduzida mancha publicitária e que oferece a assinatura a milhares de pessoas há anos consecutivos. Por estratégia de divulgação do jornal, a administração apresenta valores de preços de assinatura muito baixos em relação aos outros jornais da região. E há relatos de muitas pessoas que garantem nunca ter assinado ou pago a assinatura e que recebem o jornal em casa. A única conclusão que se pode tirar sobre a sustentabilidade do quinzenário é que os custos são assumidos quase na íntegra pelo proprietário do jornal e que parte desses custos passaram a ser diluídos a partir do momento em que a entidade proprietária do jornal, a MediOeste, adquiriu o título Jornal das Caldas, conseguindo assim ganhos de escala e redução de custos, ao nível da produção e da própria composição da redação. Uma vez mais, a evidência da complementaridade entre as atividades comerciais dos proprietários dos meios de comunicação social regionais, que Flavia Barca (1999) identificava nos grupos misteriosos.

No caso d'O Alcoa, mais do que as empresas, é o mercado da necrologia que financia o jornal. O quinzenário beneficia do seu carácter religioso, sendo por opção dos leitores o espaço mais privilegiado para publicar os agradecimentos ou participações dos seus entes queridos. Nos últimos tempos, o jornal tem aumentado a dinâmica comercial e pública, frequentemente, suplementos sobre freguesias ou festas, mas nas páginas dessas edições especiais é evidente a “troca” que o jornal faz com os

anunciantes: em troca da inserção publicitária, a empresa ou entidade tem direito, por vezes na mesma página, a uma “notícia” editorial. À semelhança do que acontece com o Região de Cister, que tenta assegurar a sua independência financeira “procurando” novos anunciantes e novas formas de angariar receitas, como são as revistas temáticas dos eventos mais representativos do concelho de Alcobaça – Feira de São Bernardo, em agosto, e a Mostra Internacional de Doces e Licores Conventuais, em novembro –, e os suplementos sobre os setores económicos mais dinâmicos das freguesias ou o projeto editorial Rede PME. Na sua maioria são publicações com um carácter vincadamente publicitário, tal como admite Joaquim Paulo, diretor do Região de Cister, afirmando que hoje em dia “os jornais regionais não sobrevivem apenas com as receitas de publicidade e assinaturas, pelo que somos forçados a encontrar outro tipo de soluções para garantir as verbas necessárias para manter o jornal vivo”.

Pelo que se depreende, a solução para o financiamento dos jornais passa, em grande medida, pela capacidade que os próprios meios consigam ter de encontrar alternativas à chamada publicidade tradicional e ao facto de o Estado, na última década, ter retirado muitos apoios à imprensa local, seja pelo novo regime do Porte Pago, seja pela redução de publicações obrigatórios da Administração Central nos meios locais e regionais. Tendo em conta as opções e a forma de captação de publicidade por cada publicação que integra o nosso objeto de estudo, concluímos que os jornais têm privilegiado o poder económico das elites, em detrimento do seu peso na comunidade. É a tal promiscuidade entre publicidade e a informação, de que Curran e Seanton falavam (2001), que gera receitas fáceis, engana os seus leitores e põe em causa a autonomia das publicações, como Coelho sublinha: “A sobrevivência é a primeira meta a atingir para estes jornais. A sobrevivência assegura-se com publicidade. Ora, em mercados pobres, como a maior parte dos mercados regionais portugueses, afrontar os escassos anunciantes, sejam eles empresas da região, associações, organismos do Estado, ou autarquias, que participam no processo através da publicidade institucional, é assumir o fim da publicação” (2004, p. 134).

Elites políticas

As elites políticas de Alcobaça e Nazaré são as que mais se destacam nos jornais em estudo durante o período analisado. Isso significará que aprenderam as técnicas e as práticas dos jornalistas, marcando a agenda informativa e assumindo-se como as fontes

que estes mais procuram? É o que vamos tentar clarificar com a interpretação dos dados sobre as elites políticas. Mas parece-nos pertinente evidenciar, desde já, que a vida política a nível local e regional tende a atuar cada vez mais em função da sua representação mediática, procurando ajustar-se às lógicas e rotinas de produção informativa dos jornais regionais.

Tabela 16 – Número total de peças sobre partidos políticos

| Partidos políticos | N.º de peças | Percentagem |
|---------------------------|---------------------|--------------------|
| PSD | 67 | 20% |
| PS | 65 | 20% |
| CDU | 63 | 19% |
| BE | 27 | 8% |
| CDS-PP | 48 | 14% |
| Outros | 15 | 5% |
| Independentes | 48 | 14% |
| Total de peças | 333 | 100% |

Os números evidenciam que as quatro maiores forças políticas a nível nacional também têm maior preponderância na região de Cister. No período analisado, o PSD foi o partido que suscitou maior número de notícias (67), seguido do PS (65), CDU (63) e CDS-PP (48). Contudo, o movimento de independentes assume especial relevância a nível local, tendo suscitado 48 notícias nos jornais. Na categoria Outros incluem-se os partidos PNR e MPT, que apresentaram candidaturas às Juntas de Freguesia e Câmaras Municipais de Alcobaça e da Nazaré, respetivamente. Estes dados dizem, sobretudo, respeito a um período de eleições autárquicas e, nessa medida, a proliferação de listas às Câmaras e Juntas de Freguesia acabam por ter reflexo nas páginas dos jornais.

Tabela 17 – Número de candidaturas às Câmaras e Juntas nas autárquicas de 2013

| Candidaturas | Câmaras Municipais | Juntas de freguesia |
|----------------------|---------------------------|----------------------------|
| PSD | 2 | 13 |
| PS | 2 | 10 |
| CDU | 2 | 13 |
| BE | 2 | 5 |
| CDS-PP | 2 | 9 |
| Outros | 2 | 5 |
| Independentes | 2 | 13 |
| Total | 14 | 68 |

Aliás, o número de candidaturas de cada partido às autarquias e Juntas influencia diretamente o número de artigos publicados, por cada jornal, sobre cada força política.

No que diz respeito à atividade política, deve salientar-se que o PS e a CDU foram as candidaturas que mais recorreram aos comunicados de imprensa para comunicar com o eleitorado e que, por via dessa estratégia, obtiveram mais espaço noticioso. Por ser poder nos dois concelhos, e pela atividade autárquica daí decorrente, o PSD acabou por ter mais destaque nos jornais.

Naturalmente que os cabeças de lista de cada candidatura (Juntas, Câmaras e Assembleias) foram os que mais se destacaram nos jornais, sendo que, na maioria, das publicações as fotografias publicadas diziam respeito apenas aos candidatos às Câmaras Municipais, em contexto de apresentações públicas ou em jantares de apoio com os líderes nacionais de cada partido.

Tabela 18 - Número total de peças sobre partidos políticos por jornal

| Partidos políticos | N.º de peças | Percentagem |
|---------------------------|---------------------|--------------------|
| O Alcoa | 46 | 100% |
| <i>PSD</i> | 9 | 20% |
| <i>PS</i> | 10 | 22% |
| <i>CDU</i> | 11 | 24% |
| <i>BE</i> | 2 | 4% |
| <i>CDS-PP</i> | 8 | 17% |
| <i>Outros</i> | 0 | - |
| <i>Independentes</i> | 6 | 13% |
| Região de Cister | 207 | 100% |
| <i>PSD</i> | 42 | 20% |
| <i>PS</i> | 43 | 21% |
| <i>CDU</i> | 39 | 19% |
| <i>BE</i> | 17 | 9% |
| <i>CDS-PP</i> | 29 | 14% |
| <i>Outros</i> | 13 | 6% |
| <i>Independentes</i> | 24 | 11% |
| Região da Nazaré | 80 | 100% |
| <i>PSD</i> | 20 | 25% |
| <i>PS</i> | 13 | 15% |
| <i>CDU</i> | 9 | 11% |
| <i>BE</i> | 7 | 9% |
| <i>CDS-PP</i> | 10 | 13% |
| <i>Outros</i> | 11 | 14% |
| <i>Independentes</i> | 10 | 13% |
| Total de peças | 333 | 100% |

O Alcoa acabou por dar mais atenção à CDU (24%) nos seus conteúdos políticos, logo seguida pelo PS (22%), o que vem comprovar a passividade da redação, uma vez que essas forças políticas foram as que mais comunicados de imprensa mandaram para a comunicação social regional. Este dado é relevante uma vez que choca com o peso das elites, ou seja, a escassez de recursos é fator mais relevante na cobertura informativa, tal como antes tínhamos anunciado. Uma vez mais o posicionamento do jornal em manter o equilíbrio editorial, evitando situações polémicas ou de conflito. O quinzenário denota ainda uma falta de coerência na publicação de artigos políticos, evidenciando algumas candidaturas, em detrimento de outras. Por exemplo, numa das suas edições noticia a inauguração da sede do BE, mas depois não chega a falar da sede dos outros partidos. Mais uma vez, os comunicados de imprensa a servir de veículo privilegiado de informação do quinzenário. O PS, por sua vez, tende a merecer mais espaço e mais destaque em relação às outras forças políticas pelo facto de mandar mais comunicados de imprensa, alguns em cima da hora de fecho de edição, e por isso, ser a força política que mais apresenta notícias na última página do jornal.

Analisando o comportamento do Região da Nazaré verificamos que o PSD foi o partido que mais destaque mereceu pelo quinzenário, mas pelo lado negativo. Ou seja, uma vez que era o partido do poder nas duas autarquias, o quinzenário abordou essa força política como posição crítica. Mesmo depois das eleições, o Região da Nazaré publicou notícias sobre Jorge Barroso, antigo presidente da Câmara da Nazaré. Apesar do MPT, inserido na categoria Outros, ter uma expressão de 14% nos conteúdos políticos do jornal, é importante referir que todas as peças, além de serem substancialmente maiores que as restantes, denotavam valores qualitativos e valorativos. Sempre que o MPT foi notícia o jornal tomava uma de duas opções: ou o candidato era destacado com fotografia ou ocupava uma página inteira da publicação, nomeadamente a entrega de listas e a apresentação dos candidatos, o que nunca aconteceu com mais nenhuma força política. A par disso, António Salvador promoveu-se através de outras notícias, que não as do seu partido. Na mesma edição chegaram a ser publicadas cinco fotografias suas, em diferentes contextos.

No Região de Cister, o PS (21%) e o PSD (20%) são as forças políticas que mereceram mais espaço, sendo que a maior parte das notícias relativas aos socialistas provêm de *press releases* sobre temas relacionados com a gestão autárquica. No caso do PSD, o maior número de notícias “explica-se” com o facto de ser o partido no poder nos

dois concelhos e também por essa via ser motivo de crítica por parte das oposições, justificando-se depois o contraditório.

Esta maior atenção dada aos partidos do poder pelo Região de Cister não significa que as suas ideologias básicas estejam de acordo com as das elites de poder, mas antes a ideia de que uma imprensa regional influente e sustentável, no espaço público, pressupõe uma atenção especial sobre as estruturas que mais diretamente influenciam na condução da autarquia.

Verificamos, por outro lado, que a maioria das notícias da categoria Política fora do período de autárquicas se refere a factos mais ou menos polémicos sobre a vida interna dos partidos e das autarquias. Esta evidência pode-se ilustrar através de quatro destaques dos respetivos jornais: “Nazaré continua na lista das Câmaras endividadas” (Região de Cister; 25 de julho de 2013); “Câmara sofre nova penhora” (Região da Nazaré, 25 de setembro de 2013) e “Vereadora bateu com a porta e deixou críticas” (O Alcoa, 8 de agosto de 2013). Em termos jornalísticos, são acontecimentos que exigem as informações mínimas (o quê, quem, quando e porquê), em que nem sempre há lugar para o aprofundamento da essência dos factos, pela escassez de recursos e tempo, em alguns casos, e pelo medo de investigar e pôr em causa as elites, noutros casos. Por norma, a notícia política vale mais pela importância da sua personalização, o que permite destacar para primeiro plano os rostos e as declarações dos seus protagonistas.

Não acreditamos que a imprensa esteja a ser controlada pelas forças políticas locais, mas em vez disso, o que parece existir é uma luta pelo “controlo” da imprensa por parte dos partidos políticos e movimentos de independentes, que influenciam, através do silêncio dos opositores do poder (no caso do Região da Nazaré) e pelos comunicados de imprensa (no caso do Região de Cister e n’O Alcoa) a imprensa regional, esperando assim garantir consenso junto do eleitorado e da opinião pública.

CONCLUSÃO

Esta dissertação, sob o tema “Jornalismo de proximidade e elites locais”, teve como objetivo analisar a influência das elites no jornalismo regional, tendo como objeto de estudo os jornais O Alcoa, Região de Cister e Região da Nazaré dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré. Os resultados têm por base um trabalho de análise de conteúdo, cujos dados quantitativos levantados ao longo de seis meses, nos permitem analisar e problematizar, através de uma reflexão crítica, quem são as elites privilegiadas nestes jornais regionais, qual a sua influência nas suas narrativas noticiosas e de que forma usam estes meios de comunicação social regionais para controlar o espaço público.

O facto de os jornais que integram o nosso objeto de estudo terem sido analisados em período de eleições autárquicas (julho a dezembro de 2013) pode ter condicionado as conclusões deste trabalho de investigação, uma vez que em condições normais as publicações de âmbito regional não teriam dedicado o espaço e a atenção mediática que deram nestes meses à atividade político-partidária dos concelhos de Alcobaça e da Nazaré. Por outro lado, e com o objetivo de compreender algumas das opções tomadas pelas publicações, tentámos entrevistar os diretores respetivos e os dois presidentes da Câmaras, mas apenas o diretor do Região de Cister e o presidente da Câmara da Nazaré colaboraram na nossa investigação.

O enquadramento teórico e análise de resultados que procurámos traçar ao longo deste trabalho pretenderam compreender, numa primeira instância, as múltiplas formas que a imprensa regional desenvolve e aplica o pacto de proximidade, entre o seu território de implantação e as gentes que o habitam. Esta proximidade, assumida enquanto um espaço familiar à comunidade, em que os acontecimentos noticiados lhe dizem diretamente respeito, assume um papel crucial na formação da opinião pública local e na interpretação dos interesses das suas gentes e da sua identidade regional.

Daí que, mais do que simples veículo de informação, o jornalismo de proximidade represente um meio de promoção e mobilização local e um elo social de identidade comunitária, contribuindo para a amplificação de um espaço público local, mais racional e comprometido com as causas do progresso coletivo. Nessa medida, quanto mais profissional e independente for um jornal regional, na sua relação com os

interesses da comunidade, mais essa comunidade tenderá a dar passos em frente no seu desenvolvimento.

O percurso global do nosso trabalho permitiu-nos concluir que o pacto de proximidade entre os jornais da chamada região de Cister e a sua comunidade não está a ser cumprido. Como já vimos, estes meios de comunicação social deveriam ser o instrumento de ampliação do debate e da discussão racionais, mas o caminho que tendem a seguir é outro. Através das cartas ao diretor, dos artigos de opinião e de outros espaços dedicados ao leitor, os jornais vão tentando cumprir parte do seu compromisso comunicacional, mas a participação da sua comunidade é escassa e, quando existe, são raras as vezes em que o debate e a discussão são promovidos verdadeiramente. Falta às redações destes jornais, um trabalho de investigação e a publicação de notícias e reportagens que denunciem a realidade “escondida”, capaz de acionar efetivamente o pacto de proximidade das publicações. Compete ainda a estes jornais regionais informar e divulgar junto da sua comunidade o importante papel que lhe compete no processo de desenvolvimento de uma região.

Este “travão” à progressão pode ser explicado com base no conceito de proximidade demasiado próxima, tal como Pedro Coelho demonstra: “Os laços que se estabelecem entre as pessoas, as redes clientelares que normalmente estão associadas a espaços geográficos mais localizados, não permitem que se estabeleça uma comunicação racional, porque, em nome da imagem positiva da região, e da eternização no poder das elites, estas impõem aos cidadãos um “consenso” cujo efeito é a marginalização do conflito” (2004, p. 195).

A imprensa deixou de ser a única instância de mediação social, passando a ser disputada por fontes organizadas e burocratizadas, condicionando e influenciando as rotinas produtivas destes *media*, nomeadamente através da criação e divulgação de pseudoacontecimentos, de que falámos no enquadramento teórico do nosso trabalho, podendo verificar-se o tal balanceamento entre o real e o virtual. Assistimos, assim, à tomada de poder pelas elites soberanas, que, direta ou indiretamente, controlam e definem a ação noticiosa do jornalismo de proximidade.

Nos jornais que integram o nosso objeto de estudo as fontes que usam e abusam do poder são essencialmente políticas, económicas e religiosas (Igreja Católica). Estas elites tendem a apropriar-se das fragilidades das redações dos jornais, tais como a falta de recursos, a escassez de investigação jornalística e a insustentabilidade financeira,

para se imporem na produção regular de matéria-prima informativa, alimentando a cena mediática. Esta questão torna-se tanto mais importante quanto o trabalho jornalístico implica vários equilíbrios profissionais, por forma a não hostilizar as fontes, sem deixar, ainda assim, de noticiar os factos. Até porque, essa eventual ameaça, decorrente de um tratamento noticioso indutivo de má imagem para as elites dominantes, pode representar um risco para a sobrevivência dos jornais regionais, uma vez que, em muitos casos, essas fontes de informação são também as principais fontes de receitas geradoras de receitas publicitárias. O equilíbrio interno do espaço mediático local favorece, como confirmam Philippe Le Gern e Pierre Leroux, “a manutenção do *status quo*” que nenhum dos agentes “tem interesse em quebrar”, deixando “pouco espaço a intervenções profanas” (*apud* Coelho, 2004, p. 195).

Todas estas evidências são resultado da ação dos jornais regionais da região de Cister, mas para uma melhor síntese e análise deste trabalho de investigação, particularizemos cada publicação que integra o nosso objeto de estudo:

- N’O Alcoa há dificuldade em passar da crítica de rua para a crítica objetiva, fundamentada com investigação e trabalho dos profissionais que integram o jornal. Mas mais do que isso, o quinzenário mantém uma tradição respeitosa na manutenção do estado das coisas, explicada em parte pela sua vertente religiosa, que não quer levantar ondas críticas nem polémicas que ponham em causa as elites dominantes. Ou seja, a elite que mais “alimenta” o jornal é aquela que mais pressiona e influencia os conteúdos noticiosos d’O Alcoa. Falamos, claro, da elite da Igreja Católica, que branqueia tudo o que a possa por em causa, desde a posição favorável ao aborto às outras doutrinas religiosas, que não a Católica. A elite política tem nesta publicação um caminho aberto à sua promoção, bastando, para isso, enviar comunicados de imprensa para a redação.
- No Região de Cister a sustentabilidade financeira acaba por ser a sua grande fragilidade. Em prol de receitas publicitárias, o semanário privilegia os grupos económicos (empresas e instituições) que nele investem, abrindo caminho a uma promiscuidade entre publicidade e informação. Os “pseudoacontecimentos” ou as “pseudonotícias” são, por essa via, evidentes nesta publicação, propiciando a eternização no poder

das elites e uma imagem positiva da região, nomeadamente no âmbito económico. O semanário, que, até demonstra algum esforço em questionar as suas fontes, nomeadamente através das cartas ao diretor e da denúncia de alguns problemas locais através de notícias, acaba por se render face ao poder económico das suas elites, não propiciando um debate racional no espaço público. Neste jornal, a elite política encontra mais dificuldade em influenciar ou controlar os conteúdos noticiosos pela resistência editorial que o jornal tem tentado assumir, nomeadamente através do equilíbrio de notícias destas elites. De sublinhar ainda que, pela importância e credibilidade que os políticos concedem a esta publicação, o Região de Cister é dos três jornais o mais pressionado pelas elites políticas. E apesar de ser sustentado, em parte, através de patrocínios e receitas publicitárias pelas autarquias, o jornal não as tem beneficiado editorialmente, relatando inclusive alguns escândalos políticos, como foi o caso recente da denúncia da dívida da Câmara de Alcobaça dos centros escolares de Alcobaça e Nazaré que já ascendia aos 63 milhões de euros, notícia que, aliás, fez manchete, causando uma discussão acesa na opinião pública local.

- O Região da Nazaré é um caso à parte pela sua dimensão caricatural no nosso objeto de estudo. Sob a administração de um proprietário que era vereador da Câmara Municipal da Nazaré e, ao mesmo tempo, candidato do MPT à mesma autarquia, o quinzenário foi utilizado como um veículo de propaganda política e de defesa de interesses próprios de António Salvador. Durante o período de análise do nosso trabalho, o Região da Nazaré serviu quase exclusivamente para autopromover o candidato do MPT e silenciar as outras forças políticas e movimentos de independentes, tentando instrumentalizar, através dos conteúdos emitidos, a opinião pública local. As cartas ao diretor, por poderem afrontar esta elite dominante, não existiram (ou se existiram não foram publicadas) e os artigos de opinião de apoio à candidatura de António Salvador dominaram as edições do jornal antes do período eleitoral. De salientar que, os conteúdos produzidos e publicados pelo Região da Nazaré em nada beneficiaram os seus resultados eleitorais. António Salvador, enquanto candidato do MPT, recolheu apenas 440 votos,

5,86% da preferência do eleitorado do concelho da Nazaré, sendo a terceira força política menos votada, apenas superando CDS-PP e do BE. Obviamente que a comunidade não credibilizou os conteúdos preconizados pelo quinzenário, até pela má imagem e conduta que o jornal tem apresentado nos últimos anos. Neste caso, o questionamento das elites locais teve apenas como propósito o favorecimento à elite que controla o próprio jornal e não o esclarecimento da opinião pública. O branqueamento das vozes marginais foi total e o pacto de proximidade ignorado. Sem jornalistas profissionais nos seus quadros, o Região da Nazaré não apresenta qualquer estratégia comercial, precisamente por servir os interesses de uma elite, que, por sua vez, complementa a sua função de administrador com outras atividades, permitindo-lhe a sustentabilidade financeira do jornal da Nazaré.

Nos três jornais que integram o nosso objeto de estudo parece-nos que o debate público está condenado, salvo raras exceções, em nome da eternização das elites, quer sejam políticas, económicas ou religiosas, e de uma imagem “cor de rosa” do local.

As elites dominantes locais impõem assim um consenso artificial (consenso imposto a partir do topo) que promove a manutenção do estado das coisas e onde é imposta pelas elites dominantes locais, todas as vozes marginais são automaticamente excluídas da esfera comunicacional. Ou seja, as elites influenciam os meios de comunicação social regionais que, por sua vez, não questionam o poder destas na comunidade, excluindo todos os que possam contribuir para um espaço público racional e, assim, agir contra o poder.

Este trabalho pretende, assim, contribuir para a formação de uma consciência crítica na região de Cister e alimentar a discussão à volta do papel dos meios de comunicação de proximidade na reconfiguração de um espaço público local onde, manifestamente, o debate não é incentivado. No fundo, o progresso de uma comunidade depende, em larga medida, da participação dos cidadãos na troca de ideias sobre opções políticas, sociais, económicas; e os meios de comunicação social de proximidade são, por excelência, o veículo promotor desse debate.

Por outro lado, os jornais regionais, enquanto empresas, necessitam de garantir uma carteira de anunciantes publicitários, capazes de os tornar sustentáveis, permitindo-lhes contratar profissionais. Como é que um jornal, com uma débil situação financeira,

poderá estar à vontade para publicar notícias que ponham em causa os seus anunciantes? Trata-se, na nossa opinião, de um dos mais complexos desafios da imprensa regional, precisamente porque a proximidade demasiado próxima pode ser impeditiva da construção de narrativas jornalísticas libertas de constrangimentos. Ora, quanto mais independência económica existir, mais possibilidades existem de o pacto de proximidade dos jornais regionais ser cumprido, servindo efetivamente as populações.

BIBLIOGRAFIA

I. Obras citadas ou consultadas

Alves, Aníbal, “Imprensa local e desenvolvimento”, Braga, Universidade do Minho, in *Cadernos do Noroeste*, vol. 2, Universidade do Minho, 1990;

Camponez, Carlos, “Jornalismo de Proximidade - Rituais de Comunicação na Imprensa Regional”, Coimbra, Minerva Coimbra, 2002;

Carvalho, José Ricardo, “Os Media e os Poderes Locais”, in bocc.ubi.pt/pag/carvalho-ricardo-Media-poder.html, Covilhã, ed. UBI, novembro, 1996;

Coelho, Pedro, “A TV de Proximidade e os novos desafios do espaço público”, Dissertação de Mestrado, Lisboa, UNL, FCSH, 2004;

Correia, João Carlos, “A Região e o Espaço Público: um Contributo Crítico”, in boo.ubi.pt/pag/jcorreia_espao.html, Covilhã, ed. UBI, s.d.-1;

Correia, João Carlos, “Jornalismo e Espaço Público”, in bocc.ubi.pt/pag/jcorreia_jornalismo.html, Covilhã, ed. UBI, s.d.- 2;

Correia, João Carlos, *Jornalismo e Espaço Público*, col. Estudos em Comunicação, Covilhã, UBI, 1998;

Correia, João Carlos, “Jornalismo Regional e Cidadania”, in bocc.ubi.pt/pag/jcorreia_jornregional.html, Covilhã, ed. UBI, s.d – 3;

Esteves, João Pissarra, *A Ética da Comunicação e os Media Modernos*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2003;

Fernandes, José Manuel, “Conclusões da Conferência Internacional de 2001 Cidadania e Novos Poderes numa Sociedade Global”, in António, Barreto (org), *Cidadania e Novos Poderes numa Sociedade Global*, Lisboa, ed. D. Quixote, Fundação Calouste Gulbenkian, 2002;

Garcia, Luís: “Principais tendências de evolução dos jornalistas portugueses” in *Revista Vértice*, 60, 1994, pp. 69-76;

Garcia, Luís e **Castro**, José: “Os Jornalistas Portugueses: da recomposição social aos processos de legitimação profissional” in *Sociologia Problemas e Práticas* Nº 13, CIES, ISCTE, 1993, pp. 93-114;

Habermas, Jurgen, “L’ Espace Public, 30 Ans Après”, in *Quaderni*, n.º 18, 1992;

Mesquita, Mário, “O universo dos *media* entre 1974 e 1986” in MATOSO, José (Dir): *História de Portugal – 20 anos de democracia*, último Tomo, Ed. Circulo de Leitores, Lisboa, 1994, pp. 360-405;

Mesquita, Mário, “O Jornalismo em Análise - A coluna do provedor dos leitores, Minerva, Coimbra, 1998;

Mills, C. Wright, “A Sociedade de Massas”, in *A Elite do Poder*, Rio de Janeiro, ed. Zahar, 1981;

Morley, David, **Robbins**, Kevin, “Spaces of Identity – Global Media”, *Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*, London, ed. Routledge, 1995;

Oliveira, Fleming, “No tempo de Salazar, Caetano e outros. Alcobaca e Portugal”, Relgráfica, 2009;

Oliveira, J.M. Paquete, “Formas de Censura Oculta na Imprensa Escrita em Portugal no Pós 25 de Abril”, dissertação de Doutoramento, Lisboa, ISCTE, 1988;

Ribeiro, Luísa Teresa, “Novos actores no campo da informação de proximidade”, *Anuário 2006: A comunicação e os Média em análise*, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho;

Rodrigues, Adriano Duarte, “Figuras das máquinas censurantes modernas” in *Revista de Comunicação e Linguagens*, 1, Edições Afrontamento, 1985;

Santos, Cristina Rebelo, “TV Regional e Região Norte – uma contextualização à Proximidade regional”, Lisboa, ISMAI, 2002;

Santos, Rogério, “Imprensa Regional – Temas, problemas e estratégias da informação local”, Lisboa, Livros Horizonte, 2007;

Traquina, Nelson, “O que é Jornalismo”, Edições Quimera, 2002;

YIN, Robert; *Case Study Research: Design and Methods* (2.^a edição) Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 1994;

Furtado Marques, Maria Zulmira Albuquerque; “Por terras dos antigos coutos de Alcobaça”, Alcobaça, 1994;

II. Revistas científicas e atas de congresso

Congresso II, Funchal, 1987, *Imprensa Não Diária em Portugal: Aposta no futuro* Comunicações e debates, Maio de 1987/AIND. Associação da Imprensa Não Diária, Lisboa: AIND/DGCS, 1989;

Encontro dos Jornalistas: “O exercício da Profissão fora dos grandes centros”. Síntese das conclusões, Sindicato dos Jornalistas, 1993;

Sousa, João Carlos & Morais, Ricardo (2011) *As práticas de construção noticiosa nos jornais regionais: um compromisso com os problemas da comunidade e o interesse público?* in Atas do 1º Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana (CONFIBERCOM), Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA - USP), São Paulo, v. 1, (ISBN: 978-85-64594-02-9)

III. Jornais

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2313, 11 de julho, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2314, 25 de julho, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2315, 8 de agosto, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2316, 5 de setembro, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2317, 19 de setembro, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2318, 26 de setembro, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2319, 10 de outubro, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2320, 31 de outubro, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2321, 14 de novembro, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2322, 28 de novembro, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2323, 12 de dezembro, 2013.

O Alcoa, ano LXVIII, n.º 2324, 26 de dezembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1037, 4 de julho, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1038, 11 de julho, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1039, 18 de julho, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1040, 25 de julho, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1041, 1 de agosto, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1042, 8 de agosto, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1043, 15 de agosto, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1044, 22 de agosto, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1045, 29 de agosto, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1046, 5 de setembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1047, 12 de setembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1048, 19 de setembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1049, 26 de setembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1050, 3 de outubro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1051, 10 de outubro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1052, 17 de outubro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1053, 24 de outubro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1054, 31 de outubro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1055, 7 de novembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1056, 14 de novembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1057, 21 de novembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1058, 28 de novembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1059, 5 de dezembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1060, 12 de dezembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1061, 19 de dezembro, 2013.

Região de Cister, ano 20, n.º 1062, 26 de dezembro, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 253, 3 de julho, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 254, 17 de julho, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 255, 31 de julho, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 256, 14 de agosto, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 257, 28 de agosto, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 258, 11 de setembro, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 259, 25 de setembro, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 260, 9 de outubro, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 261, 23 de outubro, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 262, 6 de novembro, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 263, 20 de novembro, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 264, 4 de dezembro, 2013.

Região da Nazaré, ano X, n.º 265, 18 de dezembro, 2013.

IV. Entrevistas

Carla Moreira, empresária e representante da Nerlei

Entrevista realizado em maio de 2014

Joaquim Paulo, diretor do Região de Cister

Entrevista realizado em maio de 2014

Walter Chicharro, presidente da Câmara Municipal da Nazaré

Entrevista realizada em julho de 2014

ANEXOS

Anexo 1

Estatuto Editorial d'O Alcoa

1 – O ALCOA é um jornal quinzenal de inspiração cristã que serve o desenvolvimento da região de Alcobaça e promove a sua identidade histórico-cultural;

2 – O ALCOA é um jornal de informação geral, aberto aos diferentes temas e pontos de vista;

3 – O ALCOA entende a sua orientação cristã como um desafio acrescido de independência e pluralidade no tratamento da informação e de abertura ao debate de ideias;

4 – O ALCOA retrata a realidade com rigor e verdade, ao mesmo tempo que faz dos acontecimentos e sinais dos tempos uma leitura iluminada pela busca da beleza e esperança cristãs;

5 – O ALCOA assume o compromisso de respeitar os princípios deontológicos da Imprensa e da Ética Profissional, de modo a não prosseguir apenas fins comerciais, nem abusar da boa-fé dos leitores, encobrindo ou deturpando a informação;

6 – O ALCOA é um projeto editorial profissional, cuja redação se pauta na sua prática pelo Código Deontológico dos Jornalistas;

7 – O ALCOA reconhece e respeita o direito da vida privada de todos os cidadãos e não discrimina raças ou ideologias;

8 – O ALCOA compromete-se a atualizar-se em termos editoriais e tecnológicos, na busca contínua de melhor servir os seus leitores.

Anexo 2

Estatuto editorial do Região de Cister

O Região de Cister é uma publicação semanal, propriedade da Banda de Alcobaça, que visa a prossecução e o desenvolvimento dos interesses culturais, sociais, económicos e cívicos dos concelhos de Alcobaça e Nazaré.

O Região de Cister é independente do poder político, confessional ou outros, pautando a sua atuação dentro de um espírito de Liberdade de Informação, de Pensamento e Expressão consignados na Declaração Universal dos Direitos do Homem.

O Região de Cister pauta-se por critérios de Verdade e de Justiça e pugna pelo desenvolvimento harmonioso de condições que levem a uma sociedade mais equilibrada, em pleno respeito pelos princípios deontológicos da imprensa e da ética profissional, de modo a não poder prosseguir apenas fins comerciais, não abusando da boa-fé dos leitores, encobrendo ou deturpando a informação.

O Região de Cister define-se como uma publicação isenta e independente, face aos partidos políticos ou associações semelhantes, procurando permanentemente contribuir para o reforço e prestígio das instituições democráticas.

O Região de Cister está aberto à colaboração dos seus leitores. A sua publicação sujeita-se ao espírito deste Estatuto e da dignidade pessoal e institucional.

Anexo 3

Estatuto editorial do Região da Nazaré

REGIÃO DA NAZARÉ é um jornal regional que defende a divulgação de informação de interesse do concelho da Nazaré e de toda a área circundante.

REGIÃO DA NAZARÉ é um quinzenário de grande informação, orientado por critérios de rigor e criatividade editorial, sem qualquer dependência ideológica, política e económica, ou outras.

REGIÃO DA NAZARÉ recusa o sensacionalismo, apostando numa informação diversificada e abrangendo os mais variados campos de atividade, todos aqueles que correspondam aos interesses da população local.

REGIÃO DA NAZARÉ aposta numa informação diversificada, abrangendo os mais variados campos de atividade e correspondendo às motivações e interesses de um público plural.

REGIÃO DA NAZARÉ estabelece as suas opções editoriais sem que haja lugar a quaisquer hierarquias entre os diferentes sectores de atividade do jornal.

REGIÃO DA NAZARÉ obriga-se a respeitar o sigilo das fontes.

REGIÃO DA NAZARÉ é um projeto editorial profissional, com uma redação que pauta a sua prática pelo Código Deontológico dos Jornalistas.

REGIÃO DA NAZARÉ considera que a existência de uma opinião pública informada é condição fundamental de uma sociedade aberta, típica de um regime democrático, em que não existem fronteiras entre as populações que envolvem a região onde o Região da Nazaré se inscreve.

REGIÃO DA NAZARÉ participa nos debates que se colocam à população e é responsável perante os leitores, numa relação rigorosa, transparente, autónoma do poder político e da ação de interesses particulares.

REGIÃO DA NAZARÉ rege-se por todos os aspetos que conduzam à sua própria credibilidade pública.